

Puolustusministeriön viennedistämistoimet ja puolustusmateriaaliteollisuus

Okuliina Turkia



Tekijä(t) Okuliina Turkia	
Koulutusohjelma Johdon assistenttityön ja kielten koulutusohjelma	
Raportin/Opinnäytetyön nimi Puolustusministeriön vienninedistämistoimet ja puolustusmateriaaliteollisuus	Sivu- ja liitesivumäärä 36 + 13
<p>Vienninedistäminen ja puolustusteollisuus ovat ajankohtaisia teemoja, sillä maailmassa käyvä taloudellinen ja geopoliittinen myllerrys ovat saaneet huomion kiinnittymään maanpuolustukseen. Suomen kohdalla tämä tarkoittaa maanpuolustusbudjetin hiomista, rajojen tarkkailun tehostamista ja uusia mittavia hankkeita vanhenevien suorituskykyjen korvaamiseksi.</p> <p>Tämä opinnäytetyö on tehty puolustusministeriön toimeksiantona ja sen tärkein tarkoitus on saada palautetta ministeriön harjoittamista vienninedistystoimista ja sitä kautta kehittää näitä toimia. Toimeksiantaja kaipasi erityisesti lisää avointa palautetta teollisuudelta. Työ on rajattu käsittelemään puolustusmateriaaliteollisuuden yrityksiä ja näiden yritysten edustajien mielipiteitä vienninedistämistoimien luonteesta ja laadusta.</p> <p>Opinnäytetyön tietoperusta koostuu toimintakentän ja sen toimijoiden mahdollisimman monipuolisesta kuvauksesta. Suomessa puolustusteollisuuden kentällä toimii noin sata yritystä, jotka tuottavat teknologiaa ja palveluita viranomaisille kotimaassa ja ulkomailla. Monilla alalla toimivilla yrityksillä on myös kentän ulkopuolista liiketoimintaa. Puolustus-, ilmailu-, avaruus- ja turvallisuusteollisuuden etuja ajaa Suomen Puolustus- ja ilmailuteollisuusyhdistys PIA ry. Yhdistys valvoo teollisuuden etuja, edistää verkostoitumista Suomessa ja ulkomailla sekä tarjoaa jäsenyrityksille erilaisia palveluita, kuten yritysten kansainvälistymisen edistämistä. PIA ry:llä on noin 100 jäsenyritystä, jotka kattavat lähes koko Suomen puolustusteollisuuden, ja työllistävät suoraan noin 7000 henkeä. Tietoperustassa käsitellään myös markkinointiviestintää ja erityisesti julkisen sektorin suhdetoimintaa.</p> <p>Tutkimus toteutettiin puolistrukturoituna teemahaastatteluina vuoden 2015 marras-joulukuussa. Haastattelurunko koostui viidestä kysymyksestä, joiden käsittelemiä teemoja syvennettiin lisäkysymyksin tarvittaessa. Haastattelut toteutettiin vierailemalla haastateltavien puolustusteollisuuden edustajien, tässä tapauksessa Yritys X:n, Surma Ltd:n ja Patria Oyj:n toimistoilla. Haastattelut äänitettiin paikanpäällä nauhurilla ja myöhemmin tallennettu aineisto litteroitiin kirjalliseen muotoon.</p> <p>Haastattelututkimuksen tuloksena voidaan sanoa, että teollisuuden edustajat ovat pääasiassa tyytyväisiä hallinnon vienninedistämistöimiin. Hyvästä saa kuitenkin aina paremman ja haastateltavien esittämissä kehitysehdotuksissa pureudutaan lomakkeiden sisältöön sekä verkostojen vahvistamiseen.</p>	
Asiasanat markkinointi, vienninedistäminen, puolustusteollisuus, suhdetoiminta	

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Työn tavoitteet ja rajaukset	2
1.2	Työn rakenne	3
2	Puolustusministeriö ja materiaalipolitiikka.....	4
2.1	Puolustusmateriaaliteollisuus	6
2.2	Yhteistyö puolustusmateriaaliteollisuuden kanssa.....	7
2.3	PIA ry:n tutkimus.....	8
2.4	Team Finland.....	9
3	Suhdetoiminta ja myynninedistäminen julkisella sektorilla	11
3.1	Tiedotus- ja suhdetoiminta	11
3.2	Julkisen sektorin suhdetoiminta	12
3.3	Myynninedistäminen	13
4	Teemahaastattelu	15
4.1	Tutkimusjoukko	15
4.2	Aineistonkeruu	16
4.3	Aineiston analyysi	16
4.4	Tutkimuksen luotettavuus	17
5	Tulokset	18
5.1	Vienninedistämistoimet	18
5.2	Toimenpiteet matkoilla	20
5.3	Hyödyt	22
5.4	Riskit markkinoilla	25
5.5	Kehitysehdotukset.....	27
6	Arvio ja johtopäätökset	30
7	Pohdinta.....	32
	Lähteet	34
	Liite 1. Vientilupahakemus	37
	Liite 2. Tietopyyntölomake PLM	40
	Liite 3. Haastattelukysymykset.....	46
	Liite 4. FINNISH - XXX DEFENSE AND SECURITY INDUSTRY SEMINAR DRAFT	47

1 Johdanto

Puolustusteollisuuden ja siihen liittyvän vienninedistämistoiminnan voi liittää tällä hetkellä ajankohtaiseen taloudelliseen tilanteeseen, sekä Euroopan geopolitiiseen tilanteeseen. Maailmanlaajuisesti vuonna 2008 alkanut taantuma alkaa hellittää, mutta Suomen talous on jämähtänyt paikalleen. Suomen talouskuri on entistä kireämpää maan saatua peränpitäjän paperit Euroopan valtioiden talouskehityksen suhteen kesältä 2015 (Helsingin sanomat a). Venäjän saamat ja määräämät pakotteet näyttelevät suurta roolia talouskasvun hidastumisessa, joten uusien vientimahdollisuuksien löytäminen on tärkeää. Pakolaistilanne taas saa valtioita ympäri maailman sulkemaan rajojaan ja tarkkailemaan rajoilla liikkuvia kontteja aiempaa tarkemmin. Puolustusvoimien saama rahoitus on muiden valtion rahareikien mukana joutunut suurennuslasin alle. Lisääntyneet levottomuudet maailmalla kuitenkin lisäävät halua panostaa maanpuolustukseen ja kansalliseen turvallisuuteen.

Puolustusteollisuus nousee tärkeään asemaan tarkasteltaessa lännen kohonnutta varovaisuutta itää kohtaan, joka on ajanut esimerkiksi Baltian maita lisäämään rajavalvontaansa sekä panostamaan puolustusvoimiinsa. Ranskan marraskuiset terrori-iskut järkyttivät koko maailmaa ja saivat monet maat nostamaan turvallisuustasoa paikoissa, joissa liikkuu paljon ihmisiä.

Puolustusteollisuuden parissa eletään mielenkiintoisia aikoja, sillä vireillä on nykyisten, tiensä päähän vuosina 2025 - 2030 tulevien, hävittäjien korvaaminen uusilla. Itse koneiden hankinnan lisäksi pelissä on tuotteiden koko elinkaari, huoltovarmuus, yhteistyö teollisuuden kanssa ja toimien antama puolustuspoliittinen viesti. Hankinnan odotetaan tuovan alalle uusia verkostoja, tuotekehitysrahaa ja työpaikkoja. (Helsingin sanomat b.)

Suoritin viiden kuukauden mittaisen työharjoittelun puolustusministeriön resurssipoliittisen osaston materiaaliyksikön sihteeriharjoittelijana keväällä 2015 osana Johdon assistenttityön ja kielten koulutusohjelman opintojani. Harjoitteluni jälkeen jäin yksikköön sijaistamaan varsinaista sihteerä vielä kesän ajaksi.

Opinnäytetyöni aihe löytyi, kun harjoittelujaksoni loppuvaiheessa konsultoin kollegoitani mahdollisesta opinnäytetyön aiheesta ja lopulta esiin nousi ministeriön vienninedistämis-

toimet. Aiheesta keskustellessa ongelmaksi osoittautui palautteen saaminen vienninedistämistoimien jälkeen. Aiemmat laaditut tyytyväisyyskyselyt olivat kärsineet alhaisesta vastausprosentista, eikä toimiin tyytyväisten yritysten myöhemmin välittämien kiitosten lisäksi tarkempaa palautetta tullut perille. Kiinnostuin hyvästä mahdollisuudesta hyödyttää toimeksiantajiani ja pidin myös aiheessa olevasta uutuusarvosta, sillä sitä ei ole aiemmin haastattelumuotoisesti tutkittu.

1.1 Työn tavoitteet ja rajaukset

Työn tarkoituksena on kerätä puolustusteollisuuden edustajilta palautetta siitä, mitä mieltä he puolustusministeriön vienninedistämistoimista ovat ja ovatko nämä toimet osoittautuneet yrityksille hyödyllisiksi. Opinnäytetyö toteutetaan kvalitatiivisella eli laadullisella tutkimusmenetelmällä, jonka tulosten tavoitteena on kehittää ministeriön vienninedistämistoimia näiden palautteiden pohjalta.

Puolustusmateriaaliteollisuuden piiristä oli alun perin tarkoituksena valita kuusi haastatettavaa eri yrityksistä. Loppujen lopuksi haastateltiin toimijoita kolmesta yrityksestä. Haastatteluihin haettiin paitsi suurten ja vahvojen toimijoiden, myös pienten tai keskisuurien yritysten näkökulmaa, jota on vaikeampi saada selville vähäisemmän kanssakäymisen vuoksi. Huomioon otettavaa oli se, että pienten ja keskisuurten yritysten on resurssien puolesta haasteellisempaa osallistua vaikkapa suuriin kansainvälisiin puolustusmateriaalinäyttelyihin tai seminaareihin, joissa ministeriön delegaatio tekee vienninedistystyötä. Lisäksi osa yrityksistä ei kannattavuus- tai muista syistä halua toimia kotimaan ulkopuolella.

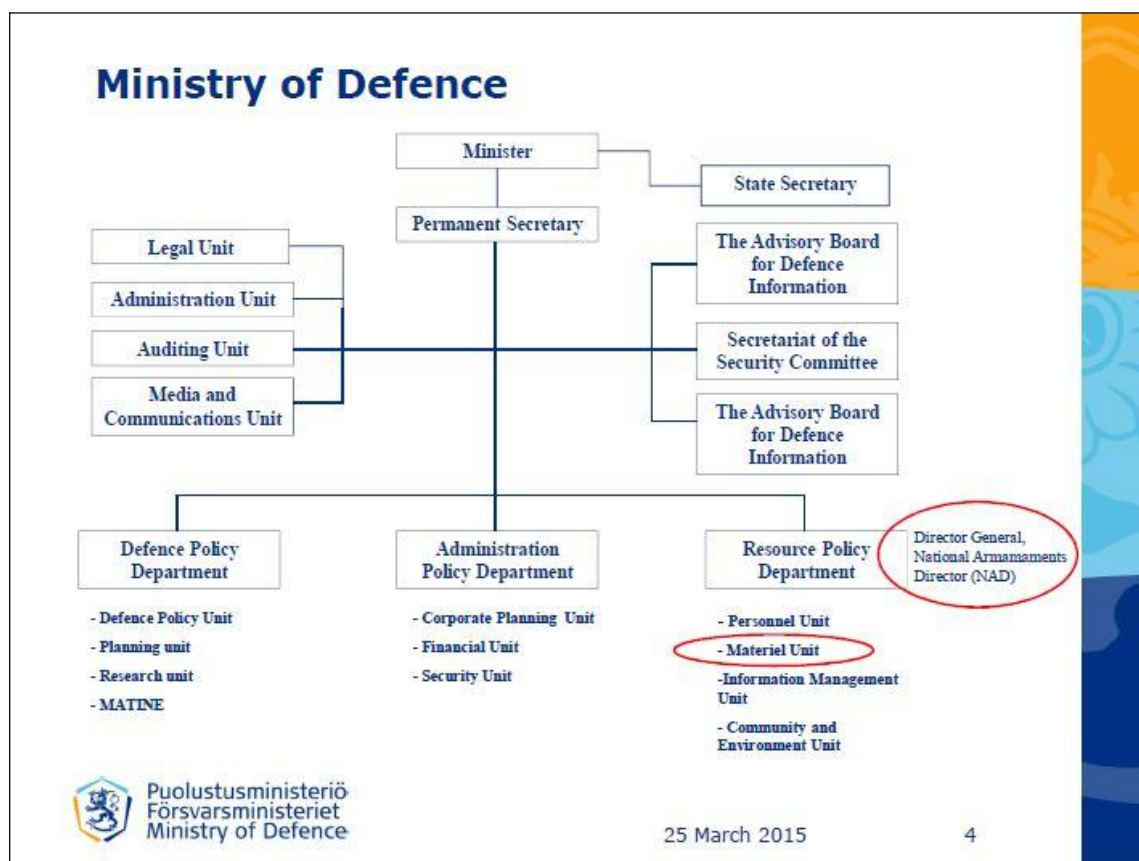
Työn oli tarkoitus valmistua viimeistään helmikuun 2016 loppuun mennessä, mutta mieluummin jo aiemmin. Työn alkuperäinen valmistumispäivämäärä oli sidoksissa ministeriön yhteyshenkilöni työsuhteen päättymiseen maaliskuun 2016 lopussa. Lopulta yhteyshenkilön työsuhde lyheni kuukaudella ja henkilökohtaisten syiden vuoksi opinnäytetyö ei ehtinyt valmistumaan helmikuussa 2016, vaan vasta huhtikuussa. Teollisuuden edustajien haastattelut toteutettiin jo aiemmin marras-joulukuussa 2015.

1.2 Työn rakenne

Johdannossa kerron siitä, miten ja mistä syystä valitsin tämän opinnäytetyöni aiheeksi. Kappaleessa kaksi esittelen toimeksiantajan ja perehdyn puolustusteollisuuteen ja käytössä oleviin vienninedistämistoimiin Suomessa. Kolmannessa luvussa kerrotaan yleisesti markkinointiviestinnästä tiedotus- ja suhdetoimintaan sekä myynninedistämiseen keskittyen. Suhdetoiminta julkisen sektorin kannalta on oma alakappaleensa. Seuraavassa osiossa käsitellään aineiston keruuta ja haastattelukysymyksiä, sekä esitellään tutkimusjoukko. Tätä seuraa aineiston tulkinta aiheittain luokiteltuna. Työ päättyy arvioon tutkimuksen etenemisestä.

2 Puolustusministeriö ja materiaalipolitiikka

Puolustusministeriön tehtävä on puolustushallinnon johtona sekä valtioneuvoston jäsenennä vastata Suomen puolustuspolitiikasta ja kansallisesta turvallisuudesta sekä näihin teemoihin liittyvästä kansainvälisestä yhteistyöstä. Käytännössä tämä tarkoittaa vastuuta itsenäisen sotilaallisen maanpuolustuksen resursseista, maanpuolustustahdon ylläpitämisestä sekä kansainvälisen kriisinhallinnan edellytysten täyttymisestä ja vaikuttamisesta Euroopan turvallisuusrakenteisiin. (Puolustusministeriö a.) Oheinen kuvio 1 havainnollistaa mihin materiaalipolitiikasta huolehtiva resurssipoliittinen osasto sijoittuu ministeriön organisaatiokaaviossa.



Kuvio 1. Organisaatiokaavio. (Mustonen 2015)

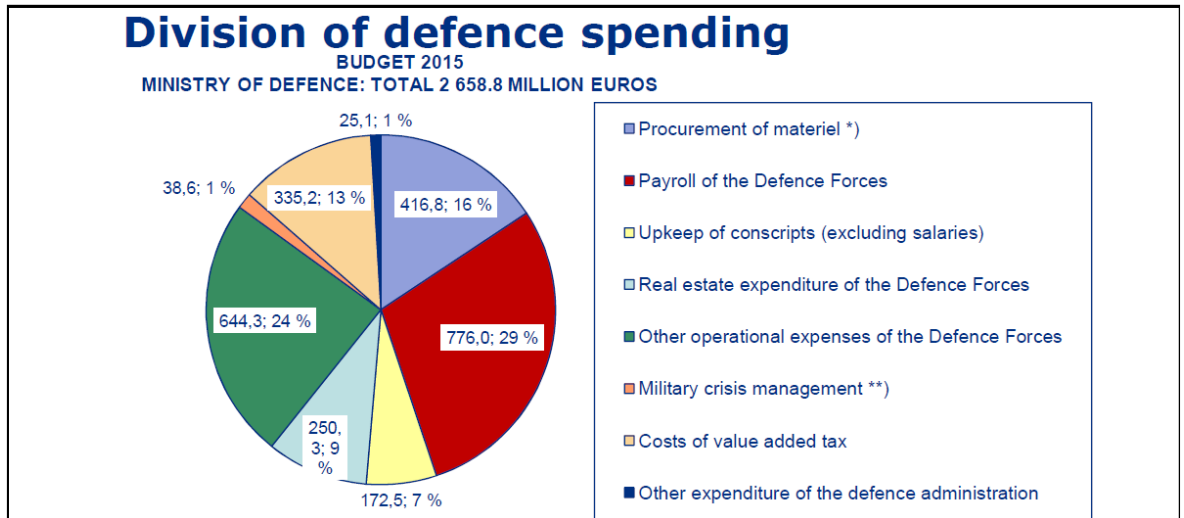
Puolustushallinnon materiaalipoliittikka jakautuu kolmeen pääpisteeseen: materiaalipoliittikkaan ja hankeohjaukseen, kansainväliseen puolustusmateriaaliyhteistyöhön sekä puolustustarvikkeiden vientivalvontaan. Materiaalipoliitikasta huolehtii ministeriön resurssipoliittiseen osaston materiaaliyksikkö.

Ministeriön ohjaus ja päätösvalta kohdistuu merkittävimpiin puolustusmateriaalihankintoihin. Pääesikunta vastaa hankkeiden suunnittelu- ja kehitystyöstä ja puolustusvoimat toimii varsinaisena hankkijana. Ministeriön puolella hankepolitiikasta vastaavat ensisijaisesti materiaalipoliittinen johtoryhmä, joka valmistelee ja materiaalipoliittista päätöksen tekoa ja ohjaa materiaalipoliittikan toteutumista, sekä puolustushallinnon kaupallinen johtoryhmä, joka käsittelee puolustushallinnon piiriin kuuluvat merkittävät hankinnat ja myynnit, sekä vastaa hanketoimen kehityksestä. Hankepolitiikassa huomioon tulee ottaa muun muassa hankintojen huoltovarmuus, joka turvaa hankintojen suunnitellun elinkaaren ja käytettävyyden myös kriisioloissa. (Puolustusministeriö b.)

Puolustustarvikkeiden maastavienti, siirto ja kauttakuljetus ovat luvanvaraista toimintaa, jonka toteuttamiseen tarvitaan joko puolustusministeriön tai valtioneuvoston myöntämä lupa. Yritykset voivat hakea vienti-, siirto-, kauttakuljetus- tai välityslupaa tuotteille, jotka on määriteltä puolustustarvikkeiksi EU:n yhteisessä puolustustarvikeluettelossa, täyttämällä lomakkeen (Liite 1) ja toimittamalla sen ministeriölle. Vientiluvat myönnetään tapauskohtaisesti luotettavaa loppukäyttäjätodistusta vastaan. Merkittävimmät tai erityistä harkintaa vaativat luvat käsittelee maastavientiasioiden työryhmä, jossa vaikuttavat puolustusministeriön lisäksi muun muassa ulkoasiainministeriö, Suojelupoliisi ja Pääesikunta. Valvonnan tarkoituksena on varmistaa, että viennit vastaavat Suomen ulko- ja turvallisuuspoliittista linjaa. (Puolustusministeriö c.)

Koko materiaalin elinkaaren kattava kansainvälinen puolustusmateriaaliyhteistyö pyrkii luomaan edellytykset sotilaallista huoltovarmuutta turvaaville hankkeille ja edistämään teknologisia ja taloudellisia hyötyjä. Materiaaliyhteistyö jakaantuu kahden- ja monenväliseen yhteistyöhön. Kahdenvälistä yhteistyötä ovat yleensä maiden väliset yhteisymmärryssopimukset ja monenvälistä yhteistyötä taas yhteistyöfoorumeilla, esimerkiksi Euroopan puolustusvirasto (EDA) ja Pohjoismainen puolustusmateriaaliyhteistyö (NORDEFECO), harjoitettu toiminta. (Puolustusministeriö c.)

Puolustusministeriön vanhempi osastoesiupseeri Mikko Mustonen selvittää esityksessään maanpuolustusbudjetin jakautumista eri osa-alueisiin (kuvio 2). Mustosen mukaan suurin osa budjetista on varattu Puolustusvoimien henkilöstökuluihin ja muihin hallinnollisiin menoihin, mutta noin 16 prosenttia kuluu materiaalihankintoihin. (Mustonen 2015.)



Kuvio 2. Budjettikaavio (Mustonen 2015)

2.1 Puolustusmateriaaliteollisuus

Suomessa puolustusteollisuuden kentällä toimii noin sata yritystä, jotka tuottavat teknologiaa ja palveluita viranomaisille kotimaassa ja ulkomailla. Tärkeimpiä puolustusteollisuuden keskittymiä ovat Oulun ja Pirkanmaan seudut. Monilla alalla toimivilla yrityksillä on myös kentän ulkopuolista liiketoimintaa.

Puolustus-, ilmailu-, avaruus- ja turvallisuusteollisuuden etuja ajaa Suomen Puolustus- ja ilmailuteollisuusyhdistys PIA ry. Yhdistys valvoo teollisuuden etuja, edistää verkostoitumista Suomessa ja ulkomailla sekä tarjoaa jäsenyrityksille erilaisia palveluita, kuten yritysten kansainvälistymisen edistämistä. PIA ry:llä on noin 100 jäsenyritystä, jotka kattavat lähes koko Suomen puolustusteollisuuden, ja työllistävät suoraan noin 7000 henkeä. AFDA Facts & Figures 2015 -esitteen mukaan vuonna 2014 jäsenyritysten liikevaihto oli noin 1,2 miljardia euroa, josta viennin osuus on noin puolet. Puolustusteollisuuden markkinat kat-

toivat liikevaihdosta noin 55 %. Kentän tärkeimpiä vientimaita ovat Euroopan maat ja Yhdysvallat ja tärkeimmät vientituotteet puolestaan elektroniikka, ajoneuvot ja ampumatarvikkeet. (PIA ry a & b.)

2.2 Yhteistyö puolustusmateriaaliteollisuuden kanssa

Puolustusministeriön harjoittamaa vienninedistämistoimintaa on karkeasti jaettavissa kolmeen eri osioon. Ministeriön ja viranomaisten väliset puolustusmateriaaleihin liittyvät kahdenväliset tapaamiset ovat ensimmäinen näistä muodoista. Nämä tapaamiset pohjustavat kentällä tapahtuvaa myöhempää yhteistyötä Suomen ja toisen maan välillä. Ennen kokousta teollisuudelta kerätään tietopyyntölomakkeet, joihin yritykset kirjaavat toimintansa esiin nostoa vaativat pääkohdat, kuten mitä kohteessa halutaan myydä tai sieltä ostaa. Näin teollisuus saa oman äänensä kuuluviin kokouksissa olematta niissä pääasiallisesti osallisena. Lomakkeet luovat rungon kokouksessa käsiteltäville asioille. Yksi kahdenvälisen kokouksen tavoitteista on edistää vientiä.

Suomesta ulkomaille tai ulkomailta Suomeen suuntautuvat valtuuskuntamatkat avaavat ovia maiden välille myöhempiä tarpeita ajatellen. Matkat valmistellaan yhdessä Team Finland -verkoston kanssa. Puolustusministeriöllä ei ole erillistä vienninedistämisbudjettia, vaan kaikki osallistuvat maksavat itse kulunsa. Ennen matkaa teollisuuden osallistumiskiinnostus kartoitetaan. Kohdemaassa kahden maan välisessä kokouksessa käydään läpi hallinnon alan yleiset asiat, kaupankäyntiympäristön kartoitus sekä mukana olevien yritysten omat esittelyt. Matkojen järjestelylle on tärkeää saada jo etukäteen maan tuki, esimerkiksi suurlähetystö tai sotilasasiamies, joka voi omalta osaltaan järjestää kohdemaan teollisuuden edustajia paikalle, samoin kuin avata ovia hallituksen piiriin.

Kolmas keskeinen vienninedistämistoimenpide on suurille kansainvälisille messuille osallistuminen. Ulkomaille lähdettäessä on yleensä tapana, että vierailija järjestää ja maksaa tapahtuman oman suurlähetystönsä tuella. Messuilla teollisuuden edustajilla on omat ständinsä, joilla ministeriön delegaatio kiertää näyttämässä tukeaan.

Lisäksi on ulkomaille suuntautuvaa toimintaa, jossa ministeriön, teollisuuden ja yhteistyöjärjestöjen edustajien muodostama delegaatio ottaa osaa kansainvälisiin tapahtumiin ja

foorumeihin. Delegaation koko ja lopullinen kokoonpano riippuu matkasta ja matkan koh-
teesta.

2.3 PIA ry:n tutkimus

Ennen omaan tutkimukseeni ryhtymistä sain luettavakseni PIA ry:n vuonna 2014 teettä-
män jäsenkyselyn tulosityhteenvetoinen. Tutkimus toteutettiin Onway Oy:n tuottamana
web-kyselynä joulukuussa 2014. Jäsentytyväisyyskyselyssä vastaajia pyydetään arvioi-
maan PIA ry:n toimia asteikolla yhdestä kuuteen ja lisäksi vastaamaan muutamaa avoi-
meen kysymykseen. 90 prosenttia kyselyyn vastanneista jäsenyrityksistä toimii puolustus-
sektorilla. Tutkimus ylsi web-kyselyksi melko korkeaan 34 % vastausprosenttiin, josta voi-
daan päätellä sen tulosten olevan verrattain luotettavia. Opinnäytetyöni aiheesta johtuen
keskityn esittelemään kyselyn osa-aluetta E. Viennin ja kansainvälistymisen edistäminen.
(Onway Oy a., 2.)

E) VIENNIN JA KANSAINVÄLISTYMISEN EDISTÄMINEN (VKE)	9	TARKEYS, Teollisuusseminaarit ulkomailla (tai vastavuoroisesti Suomessa)	4,57	TARKEYS Keskiarvo, asteikko 1=Ei lainkaan tärkeä - 6=Erittäin tärkeä
	10	TARKEYS, Korkean tason vierailut yrityksissänne	4,68	
	11	TARKEYS, PLM/PV-ulkomaanvierailujen delegaatioon osallistuminen	4,51	
	12	TARKEYS, Taustamuistioiden ja puhe-elementtien toimittaminen PLM:lle	4,47	
	13	TARKEYS, Uloslähtevien puolustusasiamiesten tapaaminen	4,36	
	14	TARKEYS, Suomeen akkreditoitujen sotilasasiamiesten seminaari	4,16	
	15	TARKEYS, Yhteiset messuosastot ulkomailla	4,19	
	16	TARKEYS, Jokin muu	5,00	
			4,49	

Kuvio 3. Osa-alue E. yhteenveto (Onway Oy b.)

Kaiken kaikkiaan kyselystä saadut vastaukset kertovat teollisuuden yritysten tyytyväisyy-
destä yhdistyksen tarjoamaan vienninedistämistoimintaan. Kuviota 3 tarkasteltaessa voi-
daan huomata, että yritykset pitävät vienninedistämistoimia arvossaan. Jokin muu -vaihto-
ehto on vastaajan ehdotus ”hyvät suhteet omaavan vientimiehen palkkaaminen esim.
vientirenkaaseen 4 – 6 yrityksen kanssa”. Tärkeimpänä pidetyksi toimeksi nousee siis kor-
kean tason vierailut yrityksessä 4,68 vastauskeskiarvolla, ja näiden kanssa puolustusmi-
nisteriö juuri onkin tekemisissä. (Onway Oy a. & Onway Oy b.)

Yhdistyksen jäsenyrityksiltä kysyttäessä haasteista, nousee esiin useaan otteeseen huoli heikentyneestä taloudellisesta tilanteesta niin asiakkaiden kuin yritystenkin taholta. Maailmanlaajuisen taantuman, hintakeskeisyyden ja viennin rahoituksen lisäksi haasteina nähdään kansainvälistyminen, sekä kotimaista toimijaa suosimaton kotimainen ostajakenttä. (Onway Oy a. 36.)

Viennin ja kansainvälistymisen edistämisen osion avoimista kysymyksistä käy ilmi seuraavia PIA ry:lle suunnattuja kehitysehdotuksia: Suomeen toivotaan lisää teollisuusseminareja ja yhteistyötapahtumia, joissa myös ulkomaiset toimijat olisivat läsnä. Ulkomaissa järjestetyille seminaareille taas toivotaan yhdistyksen yhteistä messuosastoa, jossa myös pienemmillä yrityksillä olisi mahdollisuus tulla nähdyiksi käypään hintaan. Lisäksi yhdistykselle esitetään toiveita kansainvälistymistoiminnan fokuksen terävöittämisestä, sillä vastaajan mielestä nyt toimitaan liikaa puolustushallinnon matkasuunnitelmien mukaan. Toiveita on myös vielä huolellisemmista esivalmisteluista. Lopuksi esitetään mahdollisuutta kansainvälistymiskoulutukselle, joka keskittyisi eri markkinoille pääsemiseen. (Onway Oy a., 30.)

2.4 Team Finland

Team Finland on Suomen viranomaisista ja julkisrahoitteisista toimijoista koostuva verkosto, joka kokoaa yhteen suomalaisten yritysten kansainvälistymistä, Suomeen kohdistuvia investointeja ja Suomen maakuvaa edistävät toimijat. Verkosto tehostaa viennin ja investointien edistämiseen määrättyjen julkisten varojen käyttöä ja parantaa palveluiden laatua.

Team Finland -verkoston ytimen muodostavat työ- ja elinkeinoministeriö, ulkoasiainministeriö ja opetus- ja kulttuuriministeriö, sekä näiden ohjauksessa olevat julkisrahoitteiset organisaatiot, kuten esimerkiksi Finpro, Tekes ja ELY-keskukset (Team Finland a). Myös puolustusministeriö on omalta osaltaan mukana toiminnassa edistämässä oman toimintakenttäänsä yritysten kansainvälistymistä.

Valtioneuvosto ohjaa verkoston toimintaa ja vastaa vuosittaisten strategisten linjausten laatimisesta. Noin neljä kertaa vuodessa kokoontuva, pääministerin johtama ohjausryhmä

koostuu verkoston keskeisistä virkamiehistä ja elinkeinoelämän vaikuttajista, joiden yhteistyöllä taataan vuorovaikutus valtionhallinnon ja yritysten välillä. (Team Finland b.)



Kuvio 4. Tehtäväkaavio (Team Finland c)

Puolustusministeriön kohdalla Team Finland -toiminta näkyy vierailuvalmisteluina, kuten ohjelman ja agendan luomisena sekä osallistujien ja näiden aiheiden selvityksenä ennen tapahtumaa. Puolustusministeriön pyynnöstä PIA ry kerää tapahtumaan osallistuvien yritysten tiedot erityiselle Team Finland -tietopyyntölomakkeelle (liite 2). Tapahtuman jälkeen puolustushallinnon ja puolustusteollisuuden kaksi kertaa vuodessa kokoontuvalle yhteistyöelimelle, PTYTE:lle, esitellään laaditut raportit, kehittämissuhteet ja niin edelleen.

Aiheesta puhuttaessa puolustusministeriön Mikko Mustonen nostaa esiin Team Finland -toiminnasta kustannustehokkuuden. Esimerkiksi hän kertoo verkoston kalenterin kautta saadut hyödyt. Kalenteri kertoo ministerien liikkeitä Suomessa ja ulkomailla, joista tietäminen taas voi johtaa tapaamisten yhdistämiseen niin, että Suomen seurueeseen pääsevät mukaan niin hallinnonalan asiantuntijat kuin teollisuudenkin edustajat.

3 Suhdetoiminta ja myynninedistäminen julkisella sektorilla

Markkinointi ja viestintä kulkevat käsi kädessä. Saadakseen asiakkaita on organisaation viestittävä itsestään aktiivisesti. Erilaisia markkinointiviestinnän muotoja ovat mainonta, myynti, myynninedistäminen ja tiedotus- ja suhdetoiminta (Bergström & Leppänen 2013, 178). Julkisella sektorilla valtion hallinnossa mainonta ja myynti eivät ole yhtä olennaisia kuin mitä yrityksen toiminnassa. Työssäni keskityn nimenomaan myös julkisella sektorilla tärkeisiin osa-alueisiin, tiedotus- ja suhdetoimintaan (Public Relations) ja myynninedistämiseen (Sales promotion).

Suurin tarve markkinointiviestinnälle on organisaation taipaleen alkupuolella, jolloin tarve löytää yhteistyökumppaneita ja asiakkaita toiminnan alkuun saamiseksi on suuri. Mainonta puree kuluttajiin, mutta myynnin ja viestinnän tärkeys korostuvat varsinkin b-to-b-myyntissä. Viestintä- ja suhdetoiminta tukevat mainontaa ja myyntiä, ylläpitävät asiakassuhteita ja levittävät tunnettavuutta entisestään.

3.1 Tiedotus- ja suhdetoiminta

Tiedotus- ja suhdetoiminta on tärkeää mille tahansa organisaatiolla, koska sillä pidetään yllä suhteita sisäisiin ja ulkoisiin sidosryhmiin. Tiedotus- ja suhdetoimintaa on esimerkiksi verkko- tai lehtitiedotteiden julkaisut ja erilaiset tiedotustilaisuudet sekä messuille ja muihin promootiotapahtumiin osallistuminen. Toiminnan tavoitteena on luoda hyvää mainetta organisaatiolle ja aikaansaada positiivisia mielikuvia. (Bergström & Leppänen 2013, 243.)

Välit tiedotusvälineisiin on syytä pitää hyvinä, sillä Bergströmin ja Leppäsen (2013, 243) mukaan uutisissa olleita asioita pidetään luotettavampina kuin mainoksissa näkyneitä tietoja. Positiivinen lehti- tai tv-uutinen tuo aikaan paljon julkisuutta, mutta niin tekee valitettavasti negatiivinenkin lööppi. Median suuren vaikutusvallan vuoksi on tärkeää, että organisaation työntekijöille tarjotaan koulutusta tiedotusvälineiden kohtaamiseen. Myös lehdistötiedotteet ja -tilaisuudet tuovat hyvää verta suhteiden alle, oikeaan aikaan lähetetty tiedote saattaa jopa ehkäistä mahdollisen katastrofin synnyn.

Suhteita muihin ulkoisiin sidosryhmiin, kuten päättäjiin, rahoittajiin, alihankkijoihin tai asiakkaisiin, ei tule pitää itsestään selvyyksinä. Bergström ja Leppänen (2013, 243) kehottavat hiomaan välejä eri ryhmiin kutsumalla edustajia tutustumaan organisaatioon paikan päälle tai järjestämällä opintomatkoja. Jatkuva suhdetoiminta takaa organisaation toiminnan jatkuvuuden.

3.2 Julkisen sektorin suhdetoiminta

Alison Theaker kuvailee julkisen sektorin pr-toiminnan haastavuutta esittämällä, että tavallisten laillisten, eettisten ja teknisten seikkojen lisäksi julkisen sektorin on otettava huomioon myös yksityistä sektoria laajempi kirjo sidosryhmien jäseniä. Näiden sidosryhmien piirteet ovat myös usein päällekkäisiä. Valtionhallinnosta puhuttaessa maan asukkaat ovat paitsi sektorin työntekijöitä, veronmaksajia, myös erilaisten palveluiden kuluttajia aina koulutuksesta terveydenhuoltoon. Eräs keskeisistä haasteista onkin saada merkittävät sidosryhmät ymmärtämään julkisen sektorin toiminnan eri tasojen vastuualueet sekä se, että julkisen sektorin toimijat eivät ole sidoksissa mihinkään poliittiseen puolueeseen, vaan toimivat hallituksen tavoitteiden mukaan. Lisäksi puolustussektori, kuten myös pelastuslaitos ja poliisi, on riippuvainen hankalistakin rahoituskysymyksistä ja maan laeista. (Theaker 2001, 218-220.) Lisäksi ministeriöiden toimintaa ohjaa laki viranomaisten toiminnan julkisuudesta (21.5.1999/621), joka määrittää valtion hallinnon velvollisuuden tiedottaa esimerkiksi tehdyistä päätöksistä tai valmistuneista sopimuksista (Finlex).

Kirjassaan *The Public Relations Handbook* Theaker viittaa Brian Harvey'n laatimaan listaan julkisen sektorin pr-tilaisuuden tavoitteista. Listan mukaan tavoitteena on vahvistaa ja huoltaa organisaation kuvaa, luoda ja ylläpitää viestintäkanavia organisaation ja sidosryhmien välille ja tuoda tietoa sidosryhmille ja vastata näiden esittämiin kysymyksiin. Toiminnan avainsanoiksi Theaker nostaa objektiivisuuden, tasapainoisuuden, informatiivisuuden ja todenmukaisuuden. (Theaker 2001, 222.)

Suomessa hallinnon tiedotustoiminnan merkitykseen havahduttiin erityisesti 1970-luvulla. Havaittiin, etteivät viestit aina tavoittaneet haettua kohdeyleisöä tarpeeksi nopeasti ja tehokkaasti. Tätä korjattiin hakemalla mallia Ruotsista ja yksityisen sektorin vilkastuneesta markkinointiviestinnästä. Tällöin luotiin perusteet tiedotukseen niin sisäisille foorumeille,

kuin organisaation ulkopuolelle lehdistöllekin. 1980-luvulla hallituksen viestinnän kompastuskiveksi nousi tiedotteissa käytetty sirpaleinen, kompleksi ja aloille erikoistunut kieli. Tavoitteeksi tuli turvata kansalaisten tasa-arvoinen ja vakaa tiedonsaanti. Ensimmäinen kattava ohje valtionhallinnon ulkoisen tiedotustoiminnan periaatteista julkaistiin vuonna 1987.(von Hertzen, Melgin & Åberg 2012, 76-84.)

Toiminnan ulkoistaminen ja teknologian kehittyminen koskevat myös julkisen sektorin toimintaa. Aiemmin suhdetoimintaan erikoistuneet ammattilaiset ovat osin siirtyneet yksiköiden, osastojen, ja joskus jopa talojen välillä hyppiviin, sisäisten asiantuntijoiden tehtäviin. Toimintojen virtaviivaistaminen taas johtaa suppean alueen spesialistien katoamiseen ja lisää monitaitajien kysyntää työpaikoilla (Theaker 2001, 219). Uusien laitteiden ja ohjelmien käyttöönotto edellyttää henkilöstön jatkuvaa koulutusta, mikä taas nostaa julkisen sektorin kuluja ja mahdollisesti vähentää työpaikkoja. Tämän hetkisessä taloustilanteessa tämä tuo lisää painetta valtionhallinnolle. Verkkoviestinnän kehittyminen on ollut hallitukselle suuri mullistus. Varhaiset verkkosivut olivat enemmänkin sähköisiä tiedotteita, jotka muuttuivat reaaliaikaisemmiksi ja vuorovaikutteisiksi vasta 2000-luvulla. Nykyään sosiaalinen media ja verkkoviestintä ovat arkipäivää. Julkisen sektorin onkin välttämätöntä muokata kansalaisten muuttuneisiin tiedonkäyttötapoihin, olla jatkuvasti ajan tasalla ja kehittää uusia foorumeita sidosryhmien saavuttamiseksi. (von Hertzen, Melgin & Åberg 2012, 96-97.)

3.3 Myynninedistäminen

Myynninedistämisen tavoitteet eroavat sen mukaan kohdistuuko se kuluttajiin vai jälleenmyyjiin. Jälleenmyyjille kohdistettuna myynninedistämisen tarkoitus on saada myyjät innostumaan tuotteen myymisestä lopullisille kuluttajille. Tavoitteen saavuttamiseksi jälleenmyyjille järjestetään esimerkiksi messuja ja tapahtumia, joissa tuotteet esitellään heille, myyntikilpailuja tai mahdollisuuksia kokeilla tuotetta omassa käytössä. Tuotetta on helppompaa myydä, kun sen on ensin todennut itse toimivaksi ja laadukkaaksi sekä tutustunut sen ominaisuuksiin. (Bergström & Leppänen 2013, 240-242.)

Kuluttajiin kohdistuva vienninedistäminen tähtää mielenkiinnon herättämiseen, vakiintuneista tuotteista muistuttamiseen ja myynnin lisäämiseen. Kuluttajien huomiota tavoitel-

laan muun muassa eri foorumeilla pyörivillä asiakaskilpailuilla, tuote-esittelyillä, sponsoroinnilla ja erilaisilla tapahtumilla. Useimmiten eri myynninedistämiskeinoja yhdistellään keskenään, esimerkiksi pikkujoulutapahtuma on oiva paikka arvonnalle tai maistiaistarjoilulle.

Messut ovat tärkeä työväline niin viestintä- ja suhdetoiminnan kuin myynninedistämisenkin kannalta. Niillä haetaan paitsi näkyvyyttä ja uusia asiakkaita, myös luodaan ja vahvistetaan suhteita muihin sidosryhmiin. Messujen koosta ja sijainnista riippuen, ne ovat saavutettavissa oleva tie kuluttajien ja yhteistyökumppaneiden tietoisuuteen kaiken kokoisille organisaatioille.

4 Teemahaastattelu

Tutkimusmetodia pohtiessani päädyin haastatteluun turvatakseni riittävän aineiston. Näin takaisin ainakin laajemman keskustelun haastateltavan kanssa, jos haastatteluiden määrä jäisi vähäiseksi. Kyselylomakkeella tulos olisi voinut olla vielä suppeampi. Työn tutkimusote on laadullinen. Metodina haastattelu onkin joustava ja siinä on mahdollista saada laajempia vastauksia, joista saatavia tietoja voidaan haluttaessa syventää lisäkysymyksillä. Suuri hyöty on mielestäni myös se, että haastateltavat on mahdollista saada kiinni myös haastatteluiden jälkeen, jos litteroidessa ilmenee epäselvyyksiä tai muuta selvennettävää. Haastattelumuodoista puolistrukturoitu haastattelu tuntui parhaalta vaihtoehdolta tarpeisiini. Lomakkeelle esitysjärjestykseen kirjoitetut kysymykset toimivat tukena haastattelutilanteessa sekä minulle haastattelijana, että yksinkertaistettuna versiona haastateltaville vastausta pohdittaessa. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2004, 194-197.)

4.1 Tutkimusjoukko

Tutkimuksen kohderyhmänä ovat puolustustarviketeollisuuden edustajat. Tutkimuksessa haastateltiin kolmen suomalaisen yrityksen edustajia. Näistä yrityksistä kaksi sijoittuu yksinomaan virtuaalipuolen tuotteita ja palveluita tuottavaan ryhmään, kun taas kolmas yrityksistä on enemmän tunnettu perinteisemmän puolustuskaluston tuotannosta. Laadullisessa tutkimuksessa haastateltavat on valittu tarkoituksenmukaisesti ja heille pyritään esittämään samat kysymykset samassa järjestyksessä, jotta tiedot saadaan kirjattua yhdenmukaiseen muotoon (Hirsjärvi & Hurme, 58-59). Haastateltavia miettiessäni toivoin erityisesti saavani työhöni näkökulmaa erityyppisiltä ja -kokoisilta yrityksiltä.

Ajattelin, että tavoittaakseni tutkimuksen kohderyhmän, on minun helpointa olla ensin yhteydessä heitä yhdistävään taustayhteisöön (Hirsjärvi & Hurme, 83). Otin siis yhteyttä PIA ry:n pääsihteeriin Tuija Karankoon. Hän antoi minulle neljän lähestyttävissä olevan henkilön yhteystiedot ja oli lisäksi alustavasti yhteydessä yrityksiin taaten tutkimukseni tarkoitukset. Näiden neljän henkilön lisäksi olin yhteydessä kolmeen muuhun henkilöön, joista sain vinkin eräältä haastateltavaltani. Yrityksiin yhteydessä oleminen haastatteluiden ajan ja paikan tiimoilta hoitui sähköpostitse.

4.2 Aineistonkeruu

Haastattelut toteutettiin kasvotusten haastateltavien kanssa vuoden 2015 marras-joulukuun aikana. Paikkana toimivat haastateltavien omat työtilat, jonne menin vierailemaan nauhurilla varustautuneena. Haastattelusessioiden pituudet vaihtelivat 20 ja 35 minuutin välillä, etukäteen pyysin haastateltavia varaamaan aikaa noin puolen tunnin haastateluun. Haastattelut nauhoitettiin paikan päällä henkilöiden suostumuksella ja purettiin myöhemmin kirjalliseen muotoon. Koin, että aiheen erityisyyden vuoksi on minun helpompi saada vastauksia kasvotusten, kuin kyselylomakkeella tai puhelimen välityksellä. Vaikka tutkimusjoukon tavoittaminen ei ollut erityisen menestyksekkästä, koin, että haastattelut painoutuivat aiheeseen ja kysymyksiin kiitettävästi. Kaikki olivat myös innostuneita aiheesta.

Kysymyksiä lähdettiin muotoilemaan ensin rajaamalla aihe nimenomaan konkreettisiin vienninedistämis toimiin tutkimuksen alkuvaiheessa. Tutustuttuani teoriaan paremmin, kävin vielä tapaamassa toimeksiantajaa ja pyysin heitä nostamaan esiin tärkeiksi katsomiin seikkoja, joiden tulisi tulla ilmi haastattelussa. Teorian ja näiden esiin nousseiden seikkojen pohjalta lähdettiin pohtimaan ensin teemoja, joista rakennettiin runko haastattelukysymyksille. Myöhemmin kysymykset vielä tarkistettiin yhdessä yhteyshenkilöni kanssa ennen varsinaisia haastatteluita. Kysymykset muotoutuivat lopulta näiden tapaamisten antien ja teoriaan syventymisen valossa.

4.3 Aineiston analyysi

Tässä tutkimuksessa tutkija tulkitsee litteroitua aineistoa. Haastatteludialogi on kokonaisuudessaan ensin litteroitu sanatarkasti tietokoneelle, jonka jälkeen se on luettu läpi huolellisesti. Koko aineiston puhtaaksikirjoitukseen kului noin 20 tuntia, joka jaettiin useammalle päivälle.

Läpiluetettu aineisto on ryhmitelty teemoittain tietokoneelle. Sen jälkeen sitä on selvennetty poistamalla toistoja ja epäolennaisuuksia. Lopputuloksena syntynyt teksti on luettu aktiivisesti ja sen jälkeen tutkija on rakentanut omat tulkintansa merkityksistä työstetyn materiaalin ympärille ja sovittanut ne yhteen aineiston kanssa tiivistämällä haastattelussa sanottua, sekä käyttämällä suoria lainauksia. (Hirsjärvi & Hurme, 136-145.)

4.4 Tutkimuksen luotettavuus

Perinteisten reliaabeliuden ja validiuden termit eivät päde samalla lailla kvalitatiivisissa ja kvantitatiivisissa tutkimuksissa: Laadullisessa tutkimuksessa luotettavuus koskee aineistoa enemmän tutkijan toimintaa ja sitä, kuinka luotettavaa tutkijan analyysi aineistosta on. Tämä tulee ilmi siinä, miten käytettävissä oleva aineisto on prosessoitu, onko aineisto litteroitu huolellisesti ja niin edespäin. Tavoitteena onkin aina kuvata tutkimusjoukon mielipiteitä niin totuudenmukaisesti kuin mahdollista. Laadullisen tutkimuksen luotettavuutta miettiessä on myös otettava huomioon se, että haastattelutilanteissa lopputulos on aina haastattelijan ja haastateltavan henkilön yhteistoiminnan summa ja se, että yksilöiden mielipiteet voivat vaihtua lyhyenkin ajan sisään. (Hirsjärvi & Hurme, 188-189.)

Tutkimuksen luotettavuuteen on pyritty käyttämällä luotettavia lähteitä. Haastatteluun suostuneiden henkilöiden yhteystiedot tulivat suositeltuina merkittävältä taholta ja haastateltavien henkilöiden taustat ovat helposti tarkistettavissa. Haastateltavat olivat myös kiinnostuneita tutkimuksesta ja paneutuivat vastaamaan kysymyksiin. Haastatteluiden äänittäminen taas varmistaa sen, että tuloksissa ilmaistut mielipiteet ovat juuri sellaisia, miksi haastateltavat ovat ne tarkoittaneet. Luotettavuutta lisää myös se, että tutkimuksen kulku kuvataan tarkasti tässä raportissa. Käytetty lähdekirjallisuus on valittu kriittisesti aineiston relevanttiutta harkiten. Negatiivisesti tutkimuksen luotettavuuteen taas voi vaikuttaa se, että aineistoa saatiin vain kolmelta eri taholta.

Tutkimuksen laadukkuutta pyrittiin vahvistamaan ensinnäkin luomalla selkeä ja yksinkertainen haastattelurunko, jossa ilmenneitä teemoja saatiin syvennettyä lisäkysymyksin. Haastattelutilanteessa käytetyn nauhurin toimivuus tarkastettiin ennen jokaista haastattelua testaamalla äänitys ja välimatkan sopivuus äänenkuulumisen kannalta. Myöhemmin näitä haastattelunauhoja kuunneltiin läpi useaan otteeseen aineiston litteroinnin yhteydessä. Litterointi tehtiin aina viikon sisällä haastattelusta ja haastateltavat olivat itse varautuneita auttamaan, jos äänitteessä ilmenisi teknisiä tai sisällöllisiä epäselvyyksiä. (Hirsjärvi & Hurme, 184-188.)

5 Tulokset

Tutkimuksessa haastateltiin edustajia kolmesta suomalaisesta puolustusmateriaaliteollisuuden yrityksestä. Yhteydessä olin kaiken kaikkiaan seitsemään yritykseen. Yritys X ja Surma Ltd ovat alan cyberpuolen edustajia. Patria Oyj taas on perinteisempi puolustusalan toimija. Kaikki yritykset toimivat laajasti myös Suomen ulkopuolisilla markkinoilla.

5.1 Vienninedistämistoimet

Haastattelussa lähdettiin liikkeelle pyytämällä haastateltavia pohtimaan, mitä vienninedistämistoimet heidän mielestään ovat niin teollisuuden kuin ministeriönkin kannalta.

Puolustusteollisuuden yrityksen vienninedistämistoimet nähtiin laajasti universaaleina kaikilla aloilla toimivilla yrityksillä. Haastatellut kertoivat näkevänsä oikeastaan kaiken ulospäinsuuntautuvan yritystoiminnan vienninedistämisenä. Konkreettisina esimerkkeinä esiin nostettiin osallistuminen messuille ja vienninedistämismatkoille, täsmäkäynnit jo vakiintuneiden asiakkaiden luona, demot ja lehtimainonta. Puolustussektorin vienninedistämisen erityispiirteeksi Patria Oyj:n edustaja kertoo keskittymisen nimenomaan kontaktien luomiseen. ”Itse kun olen ollut näillä Puolustus- ja ilmailuteollisuusyhdistyksen vienninedistämismatkoilla niin on saatu paljon palautettakin siitä, että kansallisen loppukäyttäjän ja kansallisen teollisuuden esiintyminen yhdessä, on suhteellisen harvinainen tapa moneen muuhun alaan verrattuna.”, hän vielä lisää.

Yritysten vienninedistämistoimien tavoitteena on loppupeleissä verkostoituminen ja tietoisuuden lisääminen Suomessa ja sen ulkopuolella. ”Meille on todella tärkeää se, että me saadaan henkilökohtainen kontakti, jotta me pystytään homma myymään ensin asiantuntijalle. Asiantuntija-asiantuntija -tyyppinen myynti, se verkosto ja sitä kautta syntyvät kontaktit on meille se tärkein juttu ja niitä me haetaan lähinnä niissä asiantuntijatapahtumissa. Yleistä tunnettavuutta ja näkyvyyttä haetaan sitten messuilla ja matkoilla.” Surma Ltd:n edustaja linjaa ja korostaa lisäksi henkilökohtaisen kontaktin saamisen merkitystä.

Yritys X:n edustaja nostaa esiin Suomen ulkopuolisten kontaktien tärkeyden myös kotimaisten asiakkaiden kanssa toimittaessa: ”Tässä meidän maailmassa eli teknologiapuolella, on aika tiukat riippuvuussuhteet, eli jos me toimitaan yhden teknologian kanssa, niin

täällä ei ole luultavasti sellaista selvää suomalaista teknologiaa, vaan kaikella on jonkinlainen yhteys ulkomaihin.”

Pelkän puolustusministeriön sijaan haastateltavat lähtivät miettimään hallinnon suorittamia vienninedistämistoimia. Valtiollisten toimijoiden tärkeimmiksi tehtäviksi nähtiin ovien avaaminen yrityksille, tukena toimiminen ja rooli luottamuksen antajana.

”Siitä huolimatta, että olemme iso organisaatio, on meidän etu, varsinkin jos puhutaan asioista, joilla on valtiollinen intressi, että pystymme olemaan mukana ministeriöiden, ei vain puolustusministeriön, vienninedistämisaktiviteeteissä. Tämä siis siksi, että ne avaavat meille keskustelumahdollisuuksia tahojen kanssa, joihin me emme itse pääsisi kiinni. Se, että ministeriön edustaja ilmoittaa meidät luotettaviksi ja mielenkiintoisiksi tekijöiksi, joita he suosittelevat, he antavat sitä omaa arvovaltaansa meidän käyttöön ja me pääsemme mukaan kaupallisiin keskusteluihin. Ministeriö ei pysty myymään meitä mihinkään, mutta aukaisee sen oven, jota me emme todennäköisesti saisi itse auki.”, Yritys X:n edustaja kuvaa hallinnon toimia.

Ministeriöiden rooli yritysten tukijana tulee ilmi myös Surma Ltd:n edustajan lausunnosta: ”Ministeriön kannalta, meille tietysti tärkein on heidän kansainväliset tapaamiset sekä kotimaassa, että ulkomailla, ja se, että me kyetään pitämään ministeriön kansainvälisissä yhteyksissä olevat henkilöt tietoisina meidän tuotteista, tarjonnasta ja sitten myös tilanteesta niissä kohdemaissa. Näin he sitten kykenevät ottamaan asioita esille ja ujutamaan sitä meidän viestiä sinne keskusteluihin. Se on se mitä olen ymmärtänyt, mitä ministeriö tekee, ja se on oikea toimintatapa ministeriölle toimia. Ministeriöhän ei missään tapauksessa toimi, eikä tule toimimaan, meidän myyjinä, mutta ovat mukana tukemassa tätä meidän tilannetta.”

Patria Oyj: edustaja taas korostaa luotettavan yrityksen leimaa: ”Alallahan on sellainen vanhanaikainen uskomus, että ensin on myytävä omalle maalle ja sitten vasta pystyy vieämään. Se ei oikeastaan monessakaan jutussa enää nykyään ole totta. Meidänkin yrityksellä on esimerkkejä siitä, että joitakin tuotteita, joita ei välttämättä koskaan ole myyty kotimaahan, on ensin myyty vientiin. Silti siitä huolimatta se, että kotimainen hallinto osoittaa uskovansa kotimaiseen teollisuuteen ja pitää sitä luotettavana, hyvänä toimijana, on se

kaikkein luontevin referenssi. Olisihan se hyvin kiusallista, jos joutuisi omissa vienninedistämistoimissa sanomaan, että alkää vaan Suomen puolustusministeriöltä kysyä mitään.”

5.2 Toimenpiteet matkoilla

Seuraavaksi pyysin haastateltavia kertomaan konkreettisesti, mitä toimenpiteitä he vienninedistämismatkoilla tai -tapahtumissa tekevät. Vastaukset jakautuvat ennakkovalmisteluihin, paikalla oloon ja jälkitoimiin.

Yritys X:n edustaja näkee onnistuneen matkan avaimen olevan hyvässä valmistautumisessa: ”Vienninedistämismatkalle lähtiessä me tietenkin tutkimme ensin kohdemaata ennen kuin edes päätetään lähdetäänkö mukaan matkalla. Mietitään, että onko se tällä hetkellä tai tulevaisuudessa meille relevanttia ja ajatellaan tällaisia asioita, että jos sieltä tulee positiivinen responssi meihin niin pystytäänkö me vastaamaan kiinnostukseen operatiivisesti ja onko se meille taloudellisesti järkevää. Etukäteen arvioidaan ja määritellään myös, että tuleeko sieltä niitä asioita, joita menemme sinne hakemaan ja millä tavalla pystymme olemaan niille responsiivinen. Arvioidaan ehkä pidemmälle tulevaisuuteen, että minkälaisia asioita tulevaisuus mahdollisesti tuo mikäli tämä saadaan tehtyä. Esimerkiksi, jos me osallistutaan sinänsä mielenkiintoiselle matkalle geopolittiselle alueelle, jossa meillä ei ole aktiviteetteja tällä hetkellä, niin silloin pitää pystyä miettimään, että mikäli kiinnostusta on, niin pystytäänkö me vastaamaan siihen. Tämä on tietysti peruslähtökohta, kun me ollaan valmistauduttu matkoihin.

Sen lisäksi tehdään matkakohtaisia, tarkkoja kartoituksia siitä, että keitä me haluamme tavata. Vaikka Team Finland tekee hyvää työtä, niin ne tekee vielä parempaa työtä, jos niille pystyy antamaan selviä pointteja ja tarkkoja toiveita. Silloin heidän ei tarvitse hakea neulaa heinäsuovasta vaan voivat hakea jotain tiettyä ovea, jota me toivomme aukaistavan.”

Patria Oyj:n edustaja vuorostaan tuo esiin välitettävän viestin räätälöinnin tapahtuman mukaiselle kohdeyleisölle: ”Me pyritään tietysti tuomaan esille se, että mitä meillä on tarjota mahdollisimman konkreettisesti ja mahdollisimman hyvin kohdeyleisölle räätälöidysti. En ole henkilökohtaisesti ollut mukana puolustushallinnon kanssa bilateraalikokouksessa, mutta tiedän kuitenkin sen verran, että jos sellaisessa olisi yritys tavalla tai toisella läsnä,

niin silloin tietenkin viesti räätälöitäisi juuri sille vastapuolelle. Ja sama pätee myös viennedistämismatkoihin yksittäiseen maahan, viesti räätälöidään siihen maahan sopivaksi, huolimatta siitä, että siellä saatetaan tavata puolustushallintoa, poliisivoimia, sisäministeriötä, mitä ikinä. Tapaaminen ei välttämättä ole puolustusvoimien välinen. Mutta kuitenkin se viestin räätälöinti, ja miten tuoda esiin se mitä me haemme sieltä. Onko meillä paikallisia kontakteja, tehdäänkö paikallisen teollisuuden kanssa yhteistyötä ja näin poispäin.”

”Puolustusministeriön tällaisissa tapaamisissa ei olla oltu Suomessa mukana, mutta meille tulee aika hyvin tietoa siitä, jos tällainen tapaaminen on. Sitten, jos meillä olisi joku ongelma tai joku projekti käynnissä, niin me pystymme tuomaan näitä asioita puolustusministeriön eteen. Me ei olla sitä ihan hirveästi hyödynnetty, koska meillä ei nyt ole ollut sellaisia ongelmia. Mutta kyllä me ollaan kuitenkin pyritty aina sellaisissa maissa, joissa meillä on ollut toimintaa, niin aina ollaan kerrottu siitä ministeriölle, että mitä me tehdään siellä. En tiedä sitten, miten tätä tietoa on ministeriössä käytetty, sillä siitä ei ole meille päin tullut palautetta. Mutta ainakin varmaan potentiaalisesti on mahdollista, että se jotenkin hyödyttäisi...” kertoo Surman edustaja kahdenvälisistä tapaamisista kysyttäessä.

Messujen ollessa kyseessä tilanne on yrityksen kannalta hieman erilainen: ”Messut ovat tietysti siinä poikkeuksellinen tapaus, että vaikka messut ovat tietyssä maassa, niin siellä lähtökohtaisesti käy muitakin. Usein tietysti messuihinkin on yritetty yhtä tai kahta isoa tapausta palvelemaan, mutta sitä ei sitten ole ennustettu, että keitä kaikkia muita voi tulla. Voi tulla vanhoja asiakkaita, voi tulla uusia asiakkaita, voi tulla sellaisia, joista me ei tiedetä vielä, kiinnostus herää siellä tilanteessa. Messut meidän tapauksessa on sitten tällainen laveampi tapaus. Jos näissä muissa yritetään kohdistaa suoraan kohdeyleisölle, niin tässä täytyy varautua vähän miellyttämään kaikkia.”, Patrian edustaja jatkaa. Yritys X:n edustaja kertoo, ettei heidän yrityksensä ole ollut erityisemmin edustettuna puolustussektorin messuilla. Tulevaisuudessa niitä kuitenkin odotetaan enenevässä määrin. ”Itseasiassa joihinkin tällaisiin domain-messuihin ollaan osallistuttu niin, että siellä on ollut Suomen valtionhallinnon edustajia paikalla ja ollaan onnistuttu sellaista ad hoc -yhteispeliä pelaamaan siellä. Myös siis vaikka ne ei ole virallisesti valtionhallinnon edustajien vinedistämistä niin ollaan kuitenkin saatettu valtionhallinnon edustajat yhteen ja he ovat sitten voineet keskustella meistä. Meille on tärkeää, että meistä keskustellaan.”

Tapahtumia matkan päällä Surman edustaja kuvaa seuraavasti: ”Meillä on siellä ihan tapaamisia, keskusteluja potentiaalisten asiakkaiden ongelmista ja meidän heille tarjoamista ratkaisuksista, teknisiä keskusteluita ja yleisesti verkostojen ja suhteiden ylläpitoa. On hyvä tavata ihmisiä aika ajoin, vaikka ei mitään juuri tehtäisikään tällä hetkellä yhdessä, että pystyy päivittämään sitä tämänhetkistä markkinatilannetta ja tietää, että millaisia projekteja on kenelläkin menossa ja miten he tekee näitä meidän toimialaan liittyviä asioita.”

Puolustusministeriön toimista puhuttaessa Yritys X:n edustaja sanoo läsnä olevien yritysten ammattimaisuuden ja responsiivisuuden paikan päällä ajavan yrityksen itsensä kaupallista etua, mutta myös tuovan hyötyä myös ministeriölle. Patrian edustaja taas nostaa esiin konkreettisen esimerkin: ”Loisto esimerkkinä kollegoiden kanssa juttelemassa Abu Dhabissa ja siellä oli Suomen delegaatio paikallisen delegaation kanssa. Päätin sitten kuin sattumalta kulkea siitä suomen paviljongin ohi, jolloin varmasti aika monta paikallista päätyi siihen, jotka eivät välttämättä muuten olisi siihen päätyneet. Hieman kärjistetysti sanoen siis puolustusministeriö pystyy jopa korvasta raahaamaan muita tällaisia messuasiakkaita suomalaisille ständeille, josta on ilman muuta myöskin hyötyä.”

5.3 Hyödyt

Kaikki haastateltavat vastaavat hyötyneensä vienninedistämistoimista varmasti jollain asteella. Sen sijaan varsinaisia syy-seuraussuhteita on vaikeampi todistaa, eli siis sitä, onko tietty vienninedistystoimi johtanut juuri jonkun kaupan syntyyn, kuten Yritys X:n edustaja seuraavassa kuvaa: ”Näissä meidän aktiviteeteissa on loppupuleissa vaikea vetää viiva kahden tapauksen välillä. Jos me vaikka saadaan kauppa johonkin valtioon, niin siitä on sitten vaikea yhdistää ”koska vienninedistäminen, siksi kauppa”. Meidän bisneskeissit on yleensä monimutkaisempia.”

Myös Surma Ltd:n edustaja korostaa, etteivät ministeriötason tapaamiset ole heille varsinaisia kaupantekopaikkoja, vaan yritykselle hyöty tulee jälleen kerran erityisesti uskottavuuden rakentajana: ”Myynti tapahtuu siellä alempana organisaatioissa. Sitten jossain puolustushaarassa, meille tyypillisesti Merivoimissa, tai sitten jossain Merivoimien tutkimuslaitoksessa tai suunnittelutoimistossa, joka on sitten aika kaukana siitä ministeriö- tai Pääesikuntatason tapaamisista. Eli sellaista suoranaista, konkreettista hyötyä me ei olla,

tai että oltaisiin yhtään kauppaa saatu tästä, mutta ehdottomasti se on hyödyttänyt tällaisena kredibiliteetin luojana. Eli ollaan uskottava toimija, joka tekee Suomessa puolustusvoimahallinnon kanssa yhteistyötä.”

Samoilla linjoilla jatkaa Yritys X: ”Olen kuitenkin vakuuttunut siitä, että se, että olemme olleet osana vienninedistämismatkoja, on lisännyt meidän luotettavuutta muiden valtioiden toimijoiden ympäristössä siinä määrin, että he ovat sitten päätyneet meidän asiakkaiksemme. Vaikka me ei välttämättä oltaisi vienninedistämismatkan yhteydessä tavattu niitä, koska valtion sisäiset referenssit. Me voidaan sitten sutjakkaasti myyntihenkilöinä toisessa tapaamisessa sanoa, että ”olemme tavanneet tai kollegani on tavannut jonkun teidän ministerin tai puolustusvoimien komentajan” ja siinä saadaan pisteitä ja taso nousee. Ja verkosto laajenee ja siinä on se hyppypeli kumminkin sellaista, että täytyy niitä referenssejä saada ja, jos ei ole kaupallisia referenssejä niin täytyy kaivaa kaikki referenssit siitä miten tietää tai tuntee jonkun.”

Ministeriön vaikutusta vienninedistämistilaisuuksissa tituleerataan lisäksi erilaisten ovien avaaajana: ”Valtionhallinto nimenomaan on siinä tärkeä, koska joitain tietyn taseisia ihmisiä ei vain pääse tapaamaan. Teknologiatoimittaja ei pääse tapaamaan puolustusvoimien komentajaa ilman, jotain virallista lähetystä. Ei siksi, että se puolustusvoimien komentaja olisi jotenkin täysin ignorantti ja maailmasta ulkona, vaan koska ne on yleensä kohtuu kiereisiä eikä ne tapaa vaporeita. Ja sillä on ihan merkittävä referenssiarvo siellä kohdemaan ja joskus myös ihan muiden maiden toimijoiden kanssa. Olemme joskus tehneet myös niin, että olemme tuoneet niitä meidän kohdemaiden viranomaisia tänne Suomeen ja esimerkiksi puolustusministeriö on ollut responsiivinen meidän pyyntöjen suhteen. Kun me ollaan tuotu ulkomaalainen viranomainen Suomeen, niin ollaan pyydetty puolustusministeriön viranomaisia tapaamaan viranomaiskollegoita toisesta maasta. Puolustusministeriö on ollut näihin pyyntöihin suostuvainen ja ne on edistäneet meidän eksakteja bisneskeissejä. Me ei tiedetä mitä nämä valtiohallan edustajat on toisilleen puhuneet, se ei ole oikeastaan meidän asia, mutta se on kuitenkin aivan selvästi edistänyt meidän nauttimaamme luottamusta Suomen valtiohallan edustajien silmissä, jota olemme pystyneet hyödyntämään meidän kauppakuvioissa. Se on meille tärkeää.”

Verkoston luominen niin koti- kuin ulkomaistenkin toimijoiden parissa on yrityksiä hyödyntävä tekijä: ”Kun ollaan oltu mukana noilla matkoilla ja vienninedistämismatkoilla ja -tapaamisissa sellaisen teollisuusdelegaatio mukana, niin iso ja merkittävä anti siinä on ollut tämä kotimaisen verkoston luominen. Siellä on aikaa keskustella kotimaisten toimijoiden kanssa ja myös ministeriöiden edustajien kanssa, että tavallaan sellainenkin verkosto siinä on. Mutta, kun olen tässä juuri palannut siltä matkalta ja käynyt käyntikorttipinoa läpi, niin kyllähän siellä laaja kirjo on erilaisia kontakteja. Uusia tapaamisia, uusien ihmisten kanssa ja usein juuri sellaisten kanssa, joihin ei itsellä olisi kykyä luoda tällaisena pienenä suomalaisena yrityksenä suoria kontakteja ilman tätä ministeriön tukea siinä.”, Surma Ltd:n edustaja kertoo.

Patrian edustaja tarjoaa käytännön esimerkin ministeriöstä ovien avaajana ja nostaa esiin ministeriön ja yritysten yhteistyön merkityksen kokonaistilannekuvan kannalta: ”Olimme kansliapäällikön delegaation kanssa Singaporessa paikallista poliisijohtoa tapaamassa. Poliisijohtaja kiitti niitä kuutta-seitsemää tilaisuudessa paikalla ollutta yritystä lopuksi siitä, että tarjonta oli hyvin mielenkiintoista, ja totesi vielä melko vakavalla naamalla ja puolihumoristisesti, että ”ymmärrättehän, ettei yksikään teistä olisi tänne omin voimin päässyt”. Se on loisto esimerkki, sillä varmaan kukin yritys olisi löytänyt jonkun Singaporen poliisiorganisaatiossa, jonka kanssa keskustella, mutta se, että paikalle saadaan koko johto ja kaikki osastopäälliköt ja muut vastaavat, on mahdollista vain jos mennään hallinnon vana-vedessä. Se ovien avaaminen on yksi hyvin tärkeä asia ja sitten tietysti sellainen yleinen tilannekuva. Monessa tapauksessa on niin, että teollisuus omin kontaktein saa jonkun käsityksen ja puolustushallinto saa jonkun toisen, ja näiden kahden yhdistäminen ja vertailu tuottavat sitten tämän kokonaistilannekuvan.”

Menestyksekkäästä toiminnasta Yritys X:n edustaja kiittää vielä koko Team Finland -verkostoa: ”Totta kai niiltä osin, kun Team Finland tekee esimerkiksi vienninedistämismatkoilla tapaamisjärjestelyjä niin aina, kun me ollaan toimittu erityisesti viennin, me ollaan toimittu Team Finlandin kanssa myös muissa yhteyksissä, mutta erityisesti vienninedistämismatkoilla Team Finland on tehnyt hyvää duunia. On ollut responsiivinen meidän tarpeille ja järjestänyt tyypillisesti hyvinkin paljon sitä mitä me ollaan esitetty ideaaliksi järjestettävän. Sieltä on sitten tullut tapaamisia ja tukitoimenpiteitä meidän tarpeita vastaan.”

5.4 Riskit markkinoilla

Yritys X lähtee lähestymään kysymystä markkinoilla vallitsevista riskeistä cyberiin keskittyneen yrityksen näkökulmasta: ” Vaikka cyber on kaikkien huulilla, se on siitä huolimatta aina ”se uusi tulokas” eli me tuodaan aina tavallaan omalla tavalla tietynlaista viestiä ja omanlaista lähestymistapaa sinne markkinoille. Siitä johtuen meillä on sitten ne riskit vallitsevia eli jos on vaikka poliittista tai taloudellista turbulenssia niin me ollaan aika vaarattomassa tilassa. Eli meidän liiketoimintaympäristö ei ole hirveän paljon muuttunut. Jos on muutoksia pitää ajatella, niin kaikki tämä tietynasteinen epävarmuus lisää tällaista IT-järjestelmien merkitystä ja niiden toimintavarmuuden merkitystä. Eli tämä on ollut meille melkein jopa etu.” Yrityksen edustaja jatkaa kertomalla, että heillä pyritään suhtautumaan kaikkiin markkinoiden riskeihin mahdollisuuksina.

Tiedonsiirto- tai kopiointiriski on Yritys X:lle toiminnan alusta alkaen tiedostettu uhka: ”Pelkästään kotimarkkinan varassa me ei pystyttäisi niin laajaa teknologiatarjontaa tarjoamaan meidän asiakkaille, niin meidän on pakko mennä ulkomaille. Ja se ei edes ole teema tai kysymys vaan näin vaan on. Ja sitten me hyväksytään ne tuommoiset kopiointi, IPR-rikoksiin ja teknologian väärinkäytöksiin liittyvät mahdollisuudet ja pyritään minimoimaan ne siinä määrin kuin me niihin pystytään vaikuttamaan. Tällaisia yksittäisiä väärennöstapauksia varmaan tulee ja menee, mutta me ajatellaan, että se hyöty, mikä meistä tulee siellä asiakaspäässä, tulee vuosien käytön seurauksena. Ja vaikka yksittäisissä väärinkäytöksissä saattaa vihulainen voittaa, mutta loppupeleissä se on kuitenkin me, joilta ostetaan ja joiden kanssa toimitaan virallisesti ja rehellisesti, melko avoimessa yhteistyössä, joka saa suurimman hyödyn. Meidän toimintatapa on rakennettu siten, että se on pitkäjänteinen suhde ja, jos ei ole sitä suhdetta niin se on vaan semmoisia satunnaisjuttuja ja satunnaisjutut ei hirveästi hyödytä niitä, jotka niitä väärinkäyttää.” Muiden näkyvissä olevien riskien Yritys X:n edustaja sanoo olevan tavallisia liiketoimintariskejä, jotka yritys pyrkii suitsimaan olemalla ajan hermoilla ja tekemällä oikeita asioita oikeaan aikaan.

Surma Ltd:n edustaja nostaa yritykselle suurimmaksi riskiksi markkinoille pääsyn: ” Siinä on paljon sellaisia potentiaalisia esteitä, joihin kuuluu kansainväliseen politiikkaan liittyvät asiat, rahoitukseen liittyvät asiat. Hyvänä esimerkkinä nyt kohdamaa Brasilia, jossa oltiin melko pitkällä pari vuotta sitten, mutta sitten maailman tilanne muuttui siten, että ranskalaiset pudottivat yhden presidentin amerikkalaisten pyynnöstä, joka taas sai Latinalaisen

Amerikan suuttumaan siitä kaikille ja katkomaan kaikki yhteydet muihin maihin. Tästä joh-
tuen kaikki hommat laitettiin jäihin. Nyt sitten tämä tilanne on laantunut ja maan sisäinen
taloudellinen tilanne on sellainen, että siellä ei uskalla tehdä mitään ja projektit on
jäässä... Meille tämän kaltaiset asiat on niitä suuria riskejä.”

Puolustusministeriöön hän liittää riskin vientiluvan saamiseen kohdemaahan. Tämä ei kui-
tenkaan vielä ole ollut ongelma Surman liiketoiminnalle, mutta edustaja kertoo muutaman
vuoden sisään tähtäimessä olevan esimerkiksi Lähi-idän markkinat, joille pyrittäessä on-
gelmia vientilupien suhteen saattaa syntyä. Kuitenkin hän jatkaa maailmanpoliittisten on-
gelmien olevan luonteeltaan sellaisia, joille ministeriö ei halutessaankaan voisi mitään.

Hieman eri näkökulmaa vientilupien tuomiin riskeihin tuo myös Patrian edustaja: ”Tietysti
tälle alalle erittäin spesifi asia on vientilupakäytännöt. En missään nimessä syytä Suomen
vientilupakäytäntöä huonosti ennustettavaksi, vaan se on minusta varsin johdonmukainen
ja siitä on aina pystynyt käymään hyvää vuoropuhelua ministeriöitten kanssa, mutta se ei
ole aina kiinni siitä mikä Suomen tilanne on. Meilläkin on globaalit supply chainit, joten ali-
hankkijoita on ihan ympäri maailman. Jossain tapauksessa voi käydä niin, että joku ali-
hankkija ei saa vientilupaa sinne meidän kohdemaahan. Jolloin vaikka he voivat toimittaa
alijärjestelmäkomponentin x meille, heidän tulee kuitenkin tietää se minne se lopulta me-
nee. Se maa saattaakin olla no-go, siitä huolimatta, että se olisi Suomelle ok. Tämä on iso
riski, koska osa ihan EU maistakin toimii yllättävän dynaamisesti ja nopein kääntein
näissä asioissa ja lupia voidaan evätä ja myöntää ja uudestaan evätä hyvinkin lyhyillä syk-
leillä. Että se on ilman muuta riski ja se on suhteellisen työläs asia taklata, koska sitten
täytyy olla aina se varasuunnitelma, jos tuon maan supply chain menee kiinni niin mistä
sitten saadaan ja näin poispäin.” Kohdemaiden muuttuviin tilanteisiin hän viittaa sano-
malla, että vaikka yleensä radikaalit tilannemuutokset ovat helposti ymmärrettävissä, niin
pienempien muutoksien vaikutuksia on vaikeampi ennustaa. Tällaisiksi tapauksiksi hän
listaa esimerkiksi hallituksen vaihtumisen toisenlaiseksi.

Myös hakkeiden lykkääntyminen näyttäytyy Patria Oyj:n edustajalle merkittävänä uhkana
tämän hetkisessä tilanteessa: ”Yksi hirveän vahva trendi tällä hetkellä on hankkei-
den lykkääntyminen. Johtuu se sitten budjettileikkauksista tai sitten budjettisiirtymistä tai
milloin mistäkin, niin hyvin leimaa antavaa on se, että kaupat ei ratkea siinä aikataulussa,

kuin niiden on luultu ratkeavan. Onhan se kiva päästä sanomaan, että emme ole hävinneet mitään viimeiseen vuoteen, mutta jos joutuu sanomaan, että emme ole kyllä voittaneetkaan, niin tosiasia on se, että asioita ei ole ratkennut viimeiseen vuoteen. Se on yksi haaste, sillä siitä tulee se kysymys meille, että kuinka paljon sitä voi pitää valmiutta yllä. Voi olla isojakin hankkeita, joissa tarvittaisiin iso lamp uppi ja muuta vastaavaa, mutta ei uskalla lähteä investoimaan ennen kuin se kauppa on selvä. Toisaalta taas tiedetään, että silloin kun se kauppa tulee, niin sitten on jo kiire. Tällainen sen optimointi, että kuinka paljon voit ennakkoon aloittaa ja ennakkoon tehdä ja sitten toisaalta, että mikä on se realistinen hetki sitten odottaa että se lähtee käyntiin. Jos hankkeet viipyvät vuosikautia, niin on riski, että avainhenkilöstöäkin jo siirretään muualle ja siinä täytyy miettiä missä määrin osaaminen säilyy juuri siinä kyseisessä keississä. Kuka muistaa enää, jos se nytkähtää kolmen vuoden päästä eteenpäin, mitä siinä tarkalleen ottaen olikaan sovittu.”

5.5 Kehitysehdotukset

Haastattelun ehkä tärkein osio liittyy puolustusministeriön vienninedistämistoimien kehittämiseen. Vienninedistämistoimiin oltiin yleisesti tyytyväisiä, mutta haastateltavat antoivat vielä useamman konkreettisen ehdotuksen, siitä mitä vielä voisi tehdä.

”Olemme PIA ry:n aktiviteeteissa olleet mukana nimenomaan viennin tai ulkomaille suuntautuvan toiminnan näkökulmasta. Siellä tehdään mielestäni aktiivisesti hyvää työtä. Mielestäni esimerkiksi, varsinkin tässä meidän domainissa, valtionhallinnon, esimerkiksi työ- ja elinkeinoministeriön tai ulkoasiainministeriön, vienninedistämisen ei tarvitsisi välttämättä olla niin eksaktisti tällaista point-to-point yhteistyötä. Totta kai ymmärrän sen ja Suomi saattaa olla astetta progressiivisempi kuin mitä muut maat. Muissa maissa voi olla nihkeä vastaanotto siihen, että ulkoministeriön tai työ- ja elinkeinoministeriön ihminen esimerkiksi alkaisi puhumaan puolustusasioista.”, Yritys X:n edustaja linjaa. Hänen sanoistaan on siis tulkittavissa, että cyberiin keskittyneet yritykset kaipaavat lisää joustavuutta hallinnon vienninedistämistoimintaan.

Surman edustaja taas toivoo puolustusministeriöltä nimenomaan lisää toimintaa, vaikka ymmärtääkin sen, ettei budjetti välttämättä anna toiminnanlisäykselle tilaa. Hän kuitenkin kiittää ministeriöitä ja valtion johtoa siitä, että täällä on ymmärretty hyvin, että ulkomaankauppaa tarvitaan nykyisten teknologioiden ja suorituskyvyn ylläpitoon. ”Edellytys sille,

että meillä tuotetaan maailman huipputeknologiaa, on se, että me kykenemme myymään tätä osaamista ulkomaille ja rahoittamaan viennillä toimintaamme ja kehittämään myös sitä. Mulla on sellainen tunne, että varsin laajasti nähdään tämä vienti tärkeänä puolustuksen kannalta Suomessa.”, hän vielä jatkaa.

Konkreettisena kehitystoiveena Surman edustaja nostaa esille vielä lisäyhteistyön ulkomaille akkreditoitujen sotilasasiamiesten kanssa: ”Ehkä sellainen helpoin homma, mikä kohdistuu varmaan enemmänkin Ulkoministeriölle, mutta liittyy kyllä myös puolustusministeriön toimiin, on nuo ulkomaille akkreditoidut sotilasasiamiehet Suomesta. Heillä voisi mielestäni olla merkittävästi aktiivisempi rooli tässä teollisuuden kanssa tehtävässä yhteistyössä.” Hän vielä jatkaa ehdottamalla järjestettäväksi seminaareja, joissa sotilasasiamiehet pääsisivät yhteistyöhön teollisuuden kanssa: ” Meillehän pidetään aina sellainen hyvin pieni tilaisuus, ennen kuin he lähtevät matkalle, jossa kotimainen puolustusteollisuus pääsee esittäytymään. Luulen kuitenkin, että sen anti jää kuitenkin aika heikoksi näille sotilasasiamiehille, sillä heille ei jää todellakaan paljoa aikaa paneutua kuulemiinsa asioihin. Mutta jos järjestäisi vaikka kerran vuodessa sellaisen seminaarin, jossa olisi läsnä kaikki suomalaiset sotilasasiamiehet maailmalta, ja he pääsisivät sitten antamaan palautetta jo työkomennuksensa aikana, vaikuttamaan ja puhumaan asioista. He voisivat vaikka kertoa jokaisesta kohdemaan tilanteesta ja sitten teollisuus voisi esittää kysymyksiä. Tämä olisi varmaan sellainen aika konkreettinen asia, millä pystyisi tuomaan sitä tilannekuvaa ja viemään niitä mahdollisuuksia ja tuomaan sellaista teollisuuden haasteita ja ongelmia ja mahdollisuuksia tietoon suoraan sinne kohdemaahan. Minulla on sellainen mielikuva, että hyvin monessa paikassa se on yhteistyötä pelkkien viranomaisten kanssa ja toimintaa poliittisena tahona, ilman tällaista teollista aspektia, vaikka viennin tukeminen heidän käskysään ehkä onkin mainittuna.”

Patria Oyj:stä taas annetaan kehitysehdotuksia vienninedistysmatkojen tietopyyntölomakkeeseen: ”Sellainen konkreettinen asia on, varsinkin niin kuin isompana yrityksenä, jolla on laajempi tarjonta ja voi olla, että joskus ollaan liikkeellä yhdellä tuotteella ja toisen kerran toisella, niin sellainen ehkä, että yleisesti ottaen jengi on ihastellut sitä kuinka hyvin puolustusministeriön tai puolustushallinnon edustajat noilla vienninedistämismatkoilla pitchaamaan niiden puolesta. Ajatellaan vaikka joku nopea visiitti jossain, jossa jokainen ei saa näyttää omia slidejaan vaan joku puolustushallinnosta spiikkaa ”tässä on nämä meidän yrityksen jotka tekee” niin yleisesti ottaen nämä puheenvuorot ovat hyvinkin hyviä

ja kaikkia palvelevia. Mutta näitten isompien tapauksessa siellä on sellaisia, että on ikään kuin totuttu siihen, että se todennäköisin tarjonta on tämä ja sit jossain keississä saatteisiinkin haluta promota jotain muuta. Eli silloin tällöin tulee sellaisia pieniä ristiriitatilanteita.

Esimerkiksi meidän tapauksessa ajoneuvot on usein esillä, eli usein tulee sitten se ”ajoneuvopitchi” vaikka jossain tietyssä tapauksessa olisi ehkä haluttu puhua enemmän konehuollosta tai vaikka järjestelmämyynnistä. Siinä on tietty sellainen perusolettama, että koska se oli tätä viimeksi, se on tätä nytkin. Siihenkin on tietysti hyvä mekanismi olemassa: siihen spiikkarijärjestelyyn tuotetaan ennakoon matskua asioista, joita pitäisi korostaa, mutta totta kai siinäkin tapauksessa me yrityksen puolelta listataan siihen koko listania, koska mitään ei tietenkään haluta jättää pois. Tilanne on siis sellainen, että jos vain aikaa on niin mainitse nämä kaikki. Että siihen voisi ehkä tehdä vielä sellaisen prioriteetin, että mikä on prioriteettiasia. Jos meidän itse pitäisi valita vain yksi niin mikä se on tässä tapauksessa. Ettei sitten tule vaan ulkomuistista, vaan todella yritys voi pyytää, että tällä kertaa älä pitchaa sillä normaalilla.”

6 Arvio ja johtopäätökset

Haastattelun ensimmäisten osioiden tarkoitus on luoda lukijalle kuva, siitä millaista viennedistämistoimintaa hallitus ja yritykset yhteistyössä harjoittavat. Yritykset näkivät tärkeäksi erottaa ministeriön osuuden varsinaisesta kaupankäynnistä ja kertoivat ministeriötasolla tapahtuvan nimenomaan kaupankäynnin edellytyksien pohjustusta ja suhdetoimintaa. Omiksi vastuualueikseen haastateltavat luettelivat huolelliset ennakotoimet, aktiivisen osallistumisen matkoille ja tapahtumiin, sekä loppuraportoinnin ja jatkotoimet.

Esille tulleet riskit ovat ajantasaisia ja koskevat varmasti osaltaan kaikkia liiketoiminta-alueita, joilla toimitaan suurempien tuotteiden parissa. Globaali taloudellinen tilanne vaikuttaa kauppajen etenemisen aikajänteeseen ja myös yritysten herkkyyteen ottaa riskejä puolin ja toisin. Tämä tulee esille myös aiemmin esittelemässäni PIA ry:n kyselyssä. Teknologian kehittyminen taas tuo tullessaan aiemmasta erottuvia kopiointi- ja tiedonsiirtoriskejä. Alalla toimivat yritykset tiedostavatkin olemassa olevat mahdollisuudet tihutöihin jo liiketoimintaa aloitettaessa ja pyrkivät eliminoimaan ne toimintojensa läpinäkyvyydellä ja luotettavuudella.

Toimeksiantajan puolelta oletettiin jo etukäteen vientilupien tulevan ilmi vientiasioista puhuttaessa. Vientilupien saannin haasteellisuudesta puhutaankin useampaan otteeseen, mutta ei niinkään Suomen ongelmana, vaan koko tuotanto- ja toimitusketjun matkalta. Yleisesti ottaen haastatellut ovat tyytyväisiä puolustusministeriön vientilupakäytäntöön, eikä heillä ole ollut vaikeuksia Suomen päässä. Sähköisen asiointipalvelun kehittäminen varmasti nopeuttaa prosessia, ainakin siltä osin, ettei vaikkapa toisista maista matkaavien loppukäyttäjätodistusten perille saapumiseen tuhraudu aikaa.

Haastattelussa tuodaan esille PIA ry:n kyselyssäkin sivuttu yhteistyö akkreditoitujen sotilasasiamiesten kanssa (kuvio 3). Surma Ltd:n edustaja peräänkuuluttaa nykyistä tiiviimpää yhteistyötä ja tiedon nopeaa liikkumista teollisuuden ja akkreditoitujen sotilasasiamiesten välillä. Mielestäni vuorovaikutus näiden kahden tahon välillä on ennen kaikkea hyvä kehityskohde ja teollisuuden lisätuntemus auttaisi sotilasasiamiehiä suorittamaan tehtäviensä vielä entistä mallikkaammin. Ehdottaisinkin siis, että tilaisuutta laajennettaisiin siten, että yhteistyötä lähdetäisiin pönkittämään molemminpuolisilla tilannekatsauksilla ja mahdollisuudella esittää kysymyksiä, sekä ottaa osaa avoimeen keskusteluun.

Myös esitetty muutos ennakkotietolomakkeeseen on mielestäni helposti ja suhteellisen vaivattomasti toteutettavissa. Tietopyyntölomakkeen lopussa on jo kohta, jossa kysytään minkä pääviestin yritys toivoo esitettävän, mutta ehkä tähän kohtaa voisi vielä lisätä ”alle-viivaa tärkein” -kohdan, joka täyttäisi Patrian edustajan toiveen tietyn matkan tärkeimmän viestin ilmaisemisesta.

Pääasiallisesti yritykset ovat tyytyväisiä ministeriöiden, PIA ry:n ja Team Finland -verkon toimiin, kuten käy ilmi jo PIA ry:n teettämästä tutkimuksesta. Kommunikointi tasojen välillä on vaivatonta ja rakentavaa. Teollisuuden edustajat tuntevat ymmärtävän hyvin sen, millä asteella hallinnontasolla voidaan joustaa ja lisätä toimintaa. Ministeriön viennedistämistoimet ja herkkyyys tehdä yhteistyötä teollisuuden kanssa saavat erityistä kiitosta, kuten myös ymmärrys yhteistyön molemminpuolisesta hedelmällisyydestä. Mielestäni siis tärkeimmät kehittämiskohteet tämän tutkimuksen valossa ovat akkreditoitujen so-tilasasiamiesten ja teollisuuden keskinäisen kommunikaation helpottaminen, sekä pieni parannus ennakkotietolomakkeeseen. Tämän jälkeen tulevat toiveet toiminnan ja sen joustavuuden lisäyksestä ovat jotain, mitä voi aina parantaa tilaisuuden tullessa.

7 Pohdinta

Opinnäytetyöni aihe oli haastava ja mielenkiintoinen. Yksi lähtökohdista olikin haastaa itseni toimimaan oman mukavuusalueeni ulkopuolella. Valitsin siis opinnäytetyöni aiheeksi jotain ajan vahvoina trendeinä näyttäytyvien sosiaalisen median ja uusien tuotteiden lanseeraamisen ulkopuolelta. Lähdin työhön innolla ja suurin odotuksin. Valitettavasti työ ei kuitenkaan edennyt aivan toivotulla tahdilla.

Alun perin suunnittelemini aikatauluihin tuli kuitenkin työn edetessä runsaasti muutoksia. Ensimmäinen muutos oli yhteyshenkilöni määräaikaisen virkasuhteen lyheneminen kuukaudella. Opinnäytetyöni valmistumisaikataulu oli osaltaan yhteydessä hänen virkasuhteensa päättymiseen, joten työn olisi ollut hyvä valmistua helmikuun loppuun mennessä. Loppujen lopuksi työ myöhästyi siis pari kuukautta. Myös haastatteluiden toteuttamisaikataulu siirtyi lopulta kuukaudella eteenpäin lokakuussa 2015 nousseiden henkilökohtaisessa elämässäni ilmenneiden seikkojen vuoksi, jotka omalta osaltaan hidastivat työn etenemistä koko kirjoitusaikana. Haastattelut toteutettiin siis loka-marraskuun vaihteen sijaan marras-joulukuun 2015 vaihteessa.

Aiemmin ajattelemanani 6-8 haastateltavan ryhmä osoittautui liian kunnianhimoiseksi haaveeksi. Jo varhaisessa vaiheessa päädyin ohjaajani ja ministeriön yhteyshenkilöni kanssa siihen, että haastateltavien ihmisten määrän on parempi olla lähempänä kuutta. Teollisuuden kentän erikoisuuden vuoksi pyysin ja sain apua potentiaalisten haastateltavien tavoittamiseen. Olen varma, että saamani apu edisti luotettavuuttani haastateltavien silmissä. Näistä saamistani yhteystiedosta sain muistutuksista huolimatta kiinni vain kolme henkilöä. Myöhemmin sain muutaman nimen lisää eräältä haastateltavalta, joihin olin pikimmiten yhteydessä toiveenani saada lisää haastatteluja aikaiseksi. Yhteydenottoni eivät kuitenkaan poikineet tulosta. Seitsemästä tavoitellusta haastateltavasta sain siis haaviini kolme, mikä oli totta kai pettymys.

Olin kuitenkin iloinen siitä, miten helppoa haastateltavien kanssa oli keskustella ja miten hyvin minut otettiin vastaan. Haastattelut kulkivat jouhevasti, enkä kärsinyt teknisistä ongelmista. Sain itse todella paljon tietoa alasta ja alan vienninedistämistoimista. Työn tär-

kein tavoite oli kerätä palautetta ja löytää kehittämis ehdotuksia puolustusministeriön viennedistämistoimille. Vähäisistä vastaajista huolimatta sain kasaan palautetta sekä kehitysehdotuksiaikin.

Teorian kokoaminen oli mielestäni koko työn haastavin osio. Aiheeseen liittyvän luotettavan lähdekirjallisuuden löytäminen niin sähköisessä kuin paperisessa muodossakin oli hankalaa. Tämä näkyikin vanhahkoina kirjallisuuslähteinä. Lisäksi aiheen ja teorian sitominen juuri pääaineeseeni markkinointiin tuotti päänsäivaa ja sai kokeilemaan luoviakin ratkaisuja. Aiheen epätyypillisuus näkyi myös siinä, ettei työlleni ollut helppoa löytää vertaistukea, sillä alaan perehtymättömien tietoisuus aiheesta on hyvin hataraa. Tällöin esimerkiksi tietojen todenmukaisuuden tarkastaminen vaati aikataulutettuja tapaamisia ja sähköpostien vaihtoa ohimennen heitettyjen mielipidekysymysten sijaan.

Kaiken kaikkiaan olen tyytyväinen, että sain työn valmiiksi. Uskon, että alun perin suunnittelemani aikataulu olisi pitänyt kutinsa, jollei vastaan olisi tullut odottamattomia olosuhteiden muutoksia. Vielä parempi olisi ollut, jos olisin ehtinyt työstämään opinnäytetyötä jo harjoittelujaksoni aikana, sillä alan ulkopuolella oleminen toi omat haasteensa tiedon keruuseen. Jos voisin palata ajassa taaksepäin, olisin myös paiskanut ehdottomasti enemmän töitä useamman haastateltavan tavoittamiseksi ja pyrkinyt suorittamaan kirjoittamistyön nopeammassa tahdissa. Olen kuitenkin tyytyväinen työhöni kokonaisuutena ja uskon, että opinnäytetyö on puolustusministeriölle hyödyllinen ja arvokas.

Lähteet

AFDA Facts & Figures 2015. Association of Finnish Defence and Aerospace Industries.

Bergström, S. & Leppänen, A. 2013. Markkinoinnin maailma. 8. - 13. painos. EDITA. Helsinki.

Eskola, J. & Suoranta, J. 2000. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. 5. painos. Gummerus kirjapaino Oy. Jyväskylä.

Finlex. Laki viranomaisten toiminnan julkisuudesta. Luettavissa: <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1999/19990621>. Luettu: 28.8.2015.

Haaga-Helia 2013. Tutkintosääntö. Luettavissa: <http://www.haaga-helia.fi/fi/opinto-opas/yleista-hhsta/tutkintosaanto>. Luettu: 14.5.2014.

Hakala, J. 2004. Opinnäyteopas ammattikorkeakouluille. 2. painos. Gaudeamus Kirja. Helsinki.

Helsingin sanomat a. Sajari, P. Euroalueen talouskasvu hidastui – Suomi pohjalla, Kreikkakin edellä. Luettavissa: <http://www.hs.fi/talous/a1447392155199>. Luettu: 28.4.2016.

Helsingin sanomat b. Kauhanen, A-L. Hävittäjäkauppiat solmivat kiivaasti suhteita Suomessa – nämä viisi hävittäjää kisaavat kymmenen miljardin euron kaupasta. Luettavissa: <http://www.hs.fi/paivanlehti/talous/Suomen+puolustusteollisuus+toivoo+vastakauppoja/a1441422083478?src=haku&ref=arkisto%2F>. Luettu: 20.4.2016.

von Hertzen, P., Melgin, E. & Åberg, L. 2012. Vuosisata suhdetoimintaa - yhteisöviestinnän historia Suomessa. Otavan kirjapaino Oy. Keuruu.

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2004. Tutkimushaastattelu – Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Yliopistopaino. Helsinki.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2004. Tutki ja kirjoita. 10. osin uudistettu laitos. Tammi. Helsinki.

Mustonen 2015. Esitys: Puolustusministeriön materiaalipoliittinen strategia ja viennin edistämisen prosessikuvaus vs. vientivalvonta. Luettu: 31.3.2016.

PIA ry a. Tietoa PIA:sta. Luettavissa: <http://www.afda.fi/sisalto/tietoa-piasta>. Luettu: 16.9.2015.

Onway Oy 2014. Esitys: Suomen Puolustus- ja Ilmailuteollisuusyhdistys PIA ry jäsenyytäväisyystudkimus 2014/yhteenvetoraportti. Luettu: 15.4.2016.

Onway Oy 2014 b. Loppuraportti: PIA ry. Luettu: 10.4.2016.

PIA ry b. Toimialue. Luettavissa: <http://pia.teknologiateollisuus.fi/>. Luettu: 7.10.2015.

Puolustusministeriö a. Ministeriö. Luettavissa: <http://www.defmin.fi/ministerio>. Luettu: 14.4.2016.

Puolustusministeriö b. Materiaalipolitiikka ja hankintatoimi. Luettavissa: http://www.defmin.fi/tehtavat_ja_toiminta/puolustushallinnon_voimavarat/materiaalipolitiikka_ja_puolustustarvikkeiden_vientivalvonta/materiaalipolitiikka_ja_hankintatoimi. Luettu: 14.4.2016.

Puolustusministeriö c. Puolustustarvikkeiden vienti, siirto, kauttakulku ja välitys. Luettavissa: http://www.defmin.fi/tehtavat_ja_toiminta/puolustushallinnon_voimavarat/puolustustarvikkeiden_vienti_siirto_kauttakuljetus_ja_valitys. Luettu: 8.4.2016.

Team Finland a. Verkosto. Luettavissa: <http://team.finland.fi/team-finland-lyhyesti/verkosto>. Luettu: 22.4.2016.

Team Finland b. Ohjaus. Luettavissa: <http://team.finland.fi/team-finland-lyhyesti/ohjaus>. Luettu: 22.4.2016.

Team Finland c. Tehtävät. Luettavissa: Lähde: <http://team.finland.fi/team-finland-lyhyesti/tehtavat>.

Theaker, A. 2001. The Public Relations Handbook. Second edition. Routledge. London & Newyork.

Vuokko, P. 2003. Markkinointiviestintä – merkitys, vaikutus ja keinot. WS Bookwell Oy. Porvoo

Liite 1. Vientilupahakemus

VIENTILUPAHAKEMUS PUOLUSTUSMINISTERIÖLLE

Tulosta hakemus

Puolustustarvikkeiden viennistä annetun lain (282/2012) 5 §:n mukaista vientilupaa varten.

1. TIEDOT VIENTILUVAN HAKIJASTA

1.1 Hakijan täydellinen nimi			
1.2 Hakijan täydellinen osoite			
1.3 Hakijan toimiala		1.4 Ase-alan elinkeinoluvan nro, pvm ja antaja	

2. TIEDOT VASTAANOTTAJASTA

2.1 Vastaanottajan täydellinen nimi	
2.2 Vastaanottajan täydellinen osoite	

3. TIEDOT VIENTIMAISTA

3.1 Maa tai maat, joihin vientilupaa haetaan

--

4. TIEDOT KAUTTAKULJETUSMAISTA

4.1 Maa tai maat, joiden kautta vietävät tavarat kuljetetaan 3 kohdassa tarkoitettuun vientimaahan / vientimaihin.

--

5. TIEDOT PUOLUSTUSTARVIKKEIDEN VÄLITTÄJISTÄ

(Luonnolliset henkilöt tai oikeushenkilöt, jotka ovat saattaneet 1 ja 2 kohdassa mainitut osapuolet kosketuksiin toistensa kanssa puolustustarvikkeiden maastavientiä tai siirtoa koskevan sopimuksen aikaansaamiseksi.)

5.1 Välittäjän täydellinen nimi	
5.2 Välittäjän täydellinen osoite	
5.3 Välittäjän toimiala	

Sivu 1/3

6. TIEDOT VIETÄVISTÄ TAVAROISTA

Tavara	Tullinimike	Määrä	Fob-arvo

6.1 Nimikkeiden 36.01 ja 36.02 osalta tavarankemiallinen koostumus

Nimike

Kemiallinen koostumus ja teknillisen spesifikaation numero

7. SOPIMUSEHDOT

7.1 Hakemuksessa mainittua vientierää koskeva kaupallinen sopimus

7.2 Sopimuspäivämäärä

☐ on tehty ☐ ei ole tehty

8. VIENTILUVAN VOIMASSAOLO

Vientiluvan voimassaoloaika

9. LISÄTIETOJA

(mm. tavaroiden käyttötarkoitus, tiedot tavaroiden loppukäyttäjistä, jos eri kuin kohdassa 2 tarkoitettu vastaanottaja, tiedot tavaroiden mahdollisesta palauttamisesta Suomeen)

10. YHTEYSHENKILÖ

Nimi	<input type="text"/>	Puhelinnumero	<input type="text"/>
Faksinumero	<input type="text"/>	Sähköpostiosoite	<input type="text"/>

11. ALLEKIRJOITUS

Paikka ja aika

Allekirjoitus

Tehtävä hakijana olevassa
yrityksessä / organisaatiossa

Nimen selvennys

Tulosta hakemus

OHJEITA VIENTILUVAN HAKIJALLE

Vientilupa on haettava maahan, johon tavara Suomesta viedään ja jossa hakemuksessa mainittu vastaanottaja sijaitsee. Jos viejä tietää, että tavara viedään edelleen edellä mainitusta maasta, on tämä mainittava hakemuksessa sekä samalla haettava vientilupaa myös edelleenvientiin siihen maahan, johon edelleenvientä suoritetaan, sekä ilmoitettava siellä olevan ostajan täydellinen nimi ja osoite.

Hakemuksessa on ilmoitettava maat, joiden kautta tavara kuljetetaan lopulliseen vientimaahan.

Hakija vastaa siitä, että tavara toimitetaan vain siihen maahan, johon vientilupa haetaan.

Mikäli vientiluvan myöntämisen jälkeen tapahtuu muutoksia niissä tiedoissa, jotka tässä hakemuksessa on mainittu, on niistä ilmoitettava välittömästi puolustusministeriölle yksilöimällä muutokset kirjallisesti.

Vientilupahakemuksen allekirjoittaa henkilö, joka kaupparekisterin mukaan on oikeutettu allekirjoittamaan yhtiön toiminimen.

Jos hakemuksessa mainittua vientierää koskeva kaupallinen sopimus on tehty, on jäljennös siitä liitettävä hakemukseen. Vientilupahakemukseen on liitettävä ruutien ja räjähdysaineiden osalta kemiallinen/teknillinen spesifikaatio ja ampumatarvikkeiden osalta rakennepiirros.

Puolustusministeriö voi lisäksi vaatia, että hakemukseen liitetään mm. seuraavat asiakirjat:

- selvitys tavarán lopullisesta käyttäjästä, jona pidetään viennin lopullisen määräämään asianomaisen viranomaisen antamaa todistusta (loppukäyttäjätodistus)
- jos lupahakemuksen kohteena oleva tavara on tarkoitettu käytettäväksi vain toisen tuotteen komponenttina, sen, jonka oman tuotteen valmistuksessa tavaraa käytetään, tavarán lopullisen käyttäjän antama todistus tällaisesta käytöstä (todistus käytöstä omassa tuotannossa)
- vastaanottajan toimilupa, maahantuontilupa taikka muu selvitys siitä, että vastaanottajalla on laillinen oikeus tuoda hakemuksessa tarkoitetut tavarat maahan.

Copyright © Suomen Puolustusministeriö

Sivu 3/3

Liite 2. Tietopyyntölomake PLM

Työvierailu xxx kohteeseen

Company Fact Sheet

Participant and Position	
Company Name	
Industry Sector	
Products/Services	
Company Established (year)	
Company Headquarters (location)	
Company Turnover (EUR)	
Number of Employees	
Stage of Internationalization	
Main Markets	

Your Interest on this Market <ul style="list-style-type: none"> • Growing • Constant • Declining 	
Your goals for this visit What do you want to achieve?	
Promotional help needed on this visit from National Armaments Director	
Company Introduction (compact as an elevator speech)	
Company Message for the Minister/Delegation Leader <u>How do you want to be introduced:</u> what is special about your product/service, competitive edge, success stories etc.	

Suggested main message

—

Suggested speaking notes -

Team Finland – valtuuskuntavierailut, ohje osallistujalle

Yritysvaltuuskuntaan osallistuminen on investointi, johon kannattaa valmistautua huolella määrittelemällä selkeät tavoitteet ja toimenpiteet niiden saavuttamiseksi. Team Finland-hengessä yritykset odottavat valmisteluorganisaatioilta asiakaslähtöistä palvelua. Vierailua johtava ministeri, yritysvaltuuskunnan puheenjohtaja sekä valmistelijat tarvitsevat taustamateriaalia sovitussa aikataulussa toimiakseen parhaiten yritysten eduksi ja tavoitteiden saavuttamiseksi.

Yrityskohtainen materiaali, jonka valmistelijat keräävät:

1. Valtuuskuntaesite: Mitä, miksi ja kenelle, herätä kohderyhmäsi kiinnostus.
2. Taustatietoa yrityksen toiminnasta ja tavoitteista kohdemaassa ja vierailulla
3. Tapaamistoiveet perusteluineen (ministeriö/viranomainen/ aihe, tavoite ja tausta), ml esitys puhenuoteiksi, viestit tai kysymykset
4. Tiedot mahdollisista kaupan tai investointien esteistä
5. Tavoitekartoitus yrityskohtaisten tapaamisten järjestämiseksi
6. Menestystarinoita
7. Yrityksen, tuotteiden/palvelujen esittely työpajaan tai seminaariin (yleensä 2-4 pp-kalvoa teksteineen englanniksi tai kohdemaan kielellä).

Lisäksi kannattaa valmistella materiaalia myös omaan käyttöön:

1. Puhenuotit, viestit, kysymykset vapaamuotoisesti tapaamisissa esitettäväksi (n. 2. min)
2. Muistio tavattaville vastapuolen viranomaisille, esim. ehdotus käyttöönotettavasta teknologiasta perusteluineen, kannanotto lainsäädäntöön/viranomaismenettelyyn
3. Yritysesitteet työpajoihin, seminaareihin sekä B2B tapaamisiin
4. Lehdistötiedote tai muistio lehdistölle yrityksen toiminnasta kohdemaassa

Ohjeita yrityksille:

Matkan valmistelijoilta saat taustatietoja kohdemaasta ja sen liiketoimintaympäristöstä sekä tietoja matkaohjelmasta, logistiikasta, ruokailuista, pukukoodeista, kustannuksista ja tapaamisiin osallistuvista. Monet matkan yksityiskohdat saadaan selville viime tingassa. Aikataulut saattavat muuttua nopeasti ja tapaamiset peruuntua tai uusia voidaan sopia. Suhtaudu muutoksiin asiallisesti.

- Hissipuhe asiakkaalle: Miksi tuotteeni on paras ja miksi vastapuolen tulisi ostaa se. Myy itsesi, yrityksesi ja tuotteesi. (max 2 min).
- Tapaaminen: Mieti tavoitteesi ja pääviestisi vastapuolelle. Viestin sisältö tulee suunnitella kulloisenkin kohderyhmän mukaan. Valmistaudu esittämään konkreettinen ehdotuksesi, viestisi tai kysymyksesi viranomaistapaamisessa tai yritysvierailulla lyhyesti, ytimekkäästi ja kohteliaasti. Käytä tilaisuus yrityksesi hyväksi.

(Tilalle yrityksen logo/vast.)

- B2B-neuvottelu: Mene nopeasti asiaan. Esittele tuotteesi/palvelusi kilpailuedut. Kuuntele asiakasta. Valmistaudu vastaamaan yksityiskohtaisiin kysymyksiin. Pyri aina sopimaan seuraava askel. Varaa esitteitä ja käyntikortteja.
- Seminaari: Valmistele esityksesi huolellisesti. Myy ja anna selkeä ja huoliteltu vaikutelma. Pysy asiassa ja aikataulussa. Tulkkaus onnistuu parhaiten, jos puhut lyhyitä selviä lauseita ja jos tulkki on saanut materiaalin aiemmin ja mahdollisesti vielä valmiiksi käännettynä.

<i>Vienninedistämismatkan kobdema ja ajankohda</i>	
<i>Raportoi(-t)</i>	
<i>Tavattu tabo / tabot</i>	
<i>Liiketoimintamahdollisuudet suoma- laisille yrityksille</i>	
<i>Keskeisiä paikallisia toimijoita, joita edelliseen liittyen on tunnistettu</i>	
<i>Toimintaympäristöä, lainsäädän- töä, maariskejä tai muita kanpanes- teitä koskevat huomiot</i>	
<i>Linkki mahd. lisätietoihin (esim. verkkosivut ja/ tai henkilön yhteys- tiedot)</i>	
<i>Muita huomioita</i>	
<i>Johtopäätökset</i>	

Jatkotoimenpide-esitykset:

Liite 3. Haastattelukysymykset

Mitä ovat vienninedistämistoimet?

Oletteko hyötäneet Puolustusministeriön vienninedistämistoimista?

Bilateraalikokouksessa/ vienninedistämismatkalla/ messuilla tehdyt toimenpiteet yrityksen näkökulmasta?

Onko Puolustusministeriön vienninedistämistoimissa kehitettävää?
Arvioikaa erityisesti niitä joihin olette osallistuneet?

Millaisia riskejä yritykset näkevät markkinoilla?

GENERIC DRAFT

Liite 4. FINNISH - XXX DEFENSE AND SECURITY INDUSTRY SEMINAR DRAFT

Theme: Re-enforcing Cooperation and Partnerships

DAY 1 (OR AT THE END OF DAY 2 DEPENDING ON ARRIVAL DAY CASE BY CASE)

19.00 Welcome Reception and Buffet Dinner hosted by the Finnish Ambassador,
Venue TBD; e.g. Finnish Embassy or hotel seminar hall

DAY 2

Venue TBD; e.g. Finnish Embassy or hotel seminar hall

9.00 Registration

9.30 **Welcome Remarks**

- Mr./Ms. xxx

TBC, xxx Defence Industry Association

- Ms. Tuija Karanko

Secretary General, Association of Finnish Defence and Aerospace Industries

Opening Remarks

Finnish Ambassador

-
- 10.00 Xxx Government remarks
- *Mr./Ms. xxx, Ministry of Defence*

- Finnish Government remarks
- *Mr./Ms. xxx, Ministry of Defence*

10.30 Networking Break

Session II on Armament Procurements and Programs

- 11.00 How to do business in xxx
- *Mr./Ms. xxx, Local Defence Administration TBD*

- 11.30 How to do business in Finland
- *Mr./Ms. xxx, Ministry of Defence*

12.00 Session I - Business Practices

- Interests, Programs and Procurement Plans in xxx
- *Mr./Ms. xxx, Ministry of Defence*

- 12.15 Finnish Defence Forces Development Programs
(can be also included to the Government remarks in this case)
- *Mr./Ms. xxx, Defence Command Finland (or Ministry of Defence)*

6.30 Networking Lunch

GENERIC DRAFT

-
- 13.30 **Session III on the Capabilities of Finnish and xxx Defence and Security Industries**

 (can include panel discussions, presentations by industry and/or by defence admin.)

 E.g. xxx Capabilities in Finland including ideas for cooperation...
 - *Mr./Ms. xxx,*

 Business point of views...
 - *Mr./Ms. xxx,*
- 14.15 Networking Break**
- 14.30 ... Session III continues...
- 15.15 Participating companies short introduction (or right in the beginning of the seminar)
- 15.45 Networking Break**
- 16.00 Session IV - Re-enforcing Cooperation and Partnerships**

 Business to Business Meetings
 Business to Government Meetings
 According to a prepared schedule (can be on a different day with more time)
- 18.00 p.m. Closing Remarks
 - LOCAL ASSOCIATION & AFDA